

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS (CCJE)
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS (FACC)
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA E GESTÃO DE UNIDADE DE INFORMAÇÃO (CBG)

CÍNTIA MARIA XAVIER DA SILVA

A COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA E O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS

Rio de janeiro

2018

CÍNTIA MARIA XAVIER DA SILVA

A COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA E O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia.

Orientador: Prof. Dr. Gustavo Henrique de Araújo Freire

Rio de Janeiro

2018

Ficha catalográfica

S586c Silva, Cíntia Maria Xavier da
A comunicação científica e o uso das mídias sociais. Cíntia Maria
Xavier da Silva. – Rio de Janeiro, 2018.
41 f. : il. 30 cm.

Orientador: Gustavo Henrique de Araújo Freire.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia)
– Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação,
Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2018.

1. Comunicação Científica. 2. Periódicos. 3. Divulgação Científica.
4. Mídias Sociais. I. Freire, Gustavo Henrique de Araújo. II. Título.

CDD

CÍNTIA MARIA XAVIER DA SILVA

A COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA E O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia.

Rio de Janeiro, 06 de dezembro de 2018.

Prof. Dr. Gustavo Henrique de Araújo Freire
Orientador

Prof. Me. Danilo Pestana de Freitas
Membro interno

Prof. Dra. Maria José Veloso da Costa Santos
Membro interno

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, que me mesmo diante de inúmeras dificuldades, me deram a base para traçar os caminhos que me trouxeram até aqui. Em especial ao meu pai, *in memoriam*, meu maior exemplo, minha força condutora.

Aos professores do Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação, que contribuíram para minha formação ao compartilhar e estimular a busca pelo conhecimento.

Ao meu orientador, Gustavo Freire, pela disponibilidade e paciência, por acreditar neste trabalho e também a aos membros da banca pela gentileza em aceitar o convite.

Aqueles que estiveram ao meu lado, me apoiando direta e indiretamente durante estes quatro anos e meio, permeados por tantos altos e baixos, e principalmente aos que me apoiaram quando precisei e não me deixaram desistir.

Para ver muita coisa é preciso despregar os olhos de si mesmo. (NIETZSCHE, [18--?], não paginado).

RESUMO

Sabe-se que os periódicos têm papel fundamental na difusão de pesquisas acadêmicas e na comunicação científica. As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), que se atualizam constantemente, tornaram os periódicos mais acessíveis e também proporcionaram a criação de outros instrumentos de disseminação da informação, como as mídias sociais. Esses pensamentos permitiram questionar se os periódicos científicos estão utilizando as mídias sociais para a promoção de suas atividades e a divulgação do conhecimento científico e como elas têm sido utilizadas para tal. Sendo assim, objetivou-se analisar o uso destas redes sociais digitais pelos periódicos da área de Ciência da Informação. Para isso foi preciso mapear os periódicos desta área do conhecimento ativos no quadriênio 2013-2016, com Qualis A1, A2, B1 e B2, identificar quais desses periódicos possuem páginas em mídias sociais, tais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* e verificar como se dá o uso efetivo redes digitais pelos periódicos. A pesquisa justifica-se pela percepção de que as mídias sociais não têm sido usadas de forma contundente para a comunicação científica. Como resultado, percebeu-se que os periódicos permanecem como os principais meios de divulgação científica; entretanto, nota-se a importância das mídias sociais para esse fim. Conclui-se que as TICs contribuíram para a comunicação de forma geral e em particular para a comunicação de cunho científico, mas que ainda existem outras ferramentas informais advindas dessas tecnologias que podem contribuir para tal fim.

Palavras-chave: Comunicação Científica. Periódicos. Divulgação Científica. Mídias Sociais.

ABSTRACT

It is known that journals have a fundamental role in the diffusion of academic research and scientific communication. Information and Communication Technologies (ICTs), which are constantly updated, have made journals more accessible and also provided the creation of other information dissemination tools, such as social media. These thoughts have made it possible to question whether scientific journals are using social media to promote their activities and the dissemination of scientific knowledge and how they have been used to do so. Thus, the objective was to analyze the use of these digital social networks by the journals of the area of Information Science. For this, it was necessary to map the journals of this area of knowledge active in the quadrennium 2013-2016, with Qualis A1, A2, B1 and B2, identify which of these journals have pages in social media, such as Facebook, Instagram and Twitter and verify how it happens the effective use of digital networks by newspapers. The research is justified by the perception that social media has not been used forcefully for scientific communication. As a result, it has been realized that journals remain the main means of scientific dissemination; however, we note the importance of social media for this purpose. It can be concluded that ICTs have contributed to communication in general and in particular to scientific communication, but that there are still other informal tools from these technologies that can contribute to this.

Keywords: Scientific Communication. Journals. Scientific divulgation. Social media.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Número de registros da área Comunicação e Informação	28
Quadro 2 - Revistas da área da Ciência da Informação com Qualis A1	28
Quadro 3 - Revistas da área da Ciência da Informação com Qualis A2	28
Quadro 4 - Revistas da área da Ciência da Informação com Qualis B1	29
Quadro 5 - Revistas da área da Ciência da Informação com Qualis B2	29
Quadro 6 - Revistas que usam mídias sociais	30
Quadro 7 - Mídias sociais atualizadas e desatualizadas	31

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mídias sociais	31
Figura 2 - Página da revista <i>Em Questão</i> no <i>Facebook</i>	33
Figura 3 - Página da revista <i>Ágora</i> no <i>Facebook</i>	33
Figura 4 - Página da revista <i>Ágora</i> no <i>Instagram</i>	34
Figura 5 - Página da revista <i>Ágora</i> no <i>Twitter</i>	34
Figura 6 - <i>Blog De Olho</i> na <i>CI</i>	35
Figura 7 - Página do <i>blog De Olho</i> na <i>CI</i> no <i>Facebook</i>	35
Figura 8 - Página do <i>blog De Olho</i> na <i>CI</i> no <i>Instagram</i>	36
Figura 9 - Página da Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde (RECCIS) no <i>Facebook</i>	36
Figura 10 - Página da Revista <i>Acervo</i> no <i>Facebook</i>	37

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	JUSTIFICATIVA.....	12
1.2	OBJETIVOS.....	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1	COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA.....	13
2.2	CANAIS FORMAIS E INFORMAIS.....	14
2.2.1	<i>Literatura cinzenta</i>	16
2.3	PERIÓDICOS CIENTÍFICOS (ORIGEM E EVOLUÇÃO).....	17
2.3.1	<i>Critérios Qualis de classificação de periódicos</i>	18
2.4	A BIBLIOTECONOMIA E A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA ATUALIDADE.....	19
2.5	SOCIEDADE EM REDE.....	20
2.5.1	<i>Redes sociais</i>	22
2.5.2	<i>Mídias sociais como ferramentas de divulgação</i>	23
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	26
3.1	CAMPO DA PESQUISA.....	26
3.2	POPULAÇÃO/ AMOSTRA.....	26
3.3	TÉCNICAS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	26
4	ANÁLISE DOS PERIÓDICOS NACIONAIS NA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO	28
4.1	REVISTA EM QUESTÃO.....	32
4.2	REVISTA ÁGORA.....	33
4.3	REVISTA BRASILEIRA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO E BIBLIOTECONOMIA.....	34
4.4	REVISTA ELETRÔNICA DE COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO & INOVAÇÃO EM SAÚDE.....	36
4.5	REVISTA ACERVO.....	37
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
	REFERÊNCIAS	39

1 INTRODUÇÃO

A ciência, assim como a tecnologia, evolui constantemente graças aos registros e compartilhamento das informações descobertas em pesquisas. Para que se possa avançar cada vez mais em qualquer área do conhecimento por meio de diferentes estudos existe a comunicação científica. Mesmo diante de todas as ferramentas disponíveis na internet para a propagação da informação, o periódico ainda se mantém como um dos principais meios para disseminação da ciência. O periódico tinha e tem por finalidade “[...] publicar notícias científicas em um veículo de divulgação do conhecimento que se origina das atividades de pesquisa.” (MIRANDA; PEREIRA, 1996, p. 375).

As revistas científicas são um tipo de periódico, e a produção intelectual em suas publicações, no Brasil é avaliada pelos critérios Qualis-Periódico da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), em que recebem a qualificação entre A1, A2, B1, B2, B3, B4, B5 e C, onde A1 representa o peso mais elevado e C o peso zero.

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), que se atualizam constantemente, oportunizam novas maneiras de disseminação da informação. A divulgação científica, inclusive, é outra forma de veicular a informação produzida pela ciência, pois tem a função de “[...] democratizar o acesso ao conhecimento científico e estabelecer condições para a chamada alfabetização científica.” (BUENO, 2010, p. 1). Vale frisar, que essa veiculação pode ocorrer também por meio de outros canais, como os blogs e outras mídias sociais.

As revistas científicas, conforme afirmam Miranda e Pereira (1996), se consolidaram como principal veículo da comunicação científica e foram se especializando, ao longo do tempo, em uma área do conhecimento tal como as produções contemporâneas na área da Ciência da Informação. Apesar desse protagonismo dos periódicos, as mídias sociais ganharam importância como canal para o compartilhamento de pesquisas, ou como instrumentos de marketing, fazendo parte de estratégias para divulgação das revistas científicas. Nesse contexto, fez-se o seguinte questionamento: os periódicos se utilizam de outras ferramentas tecno-informacionais tais como redes sociais para promoção de suas atividades e a disseminação do conhecimento científico? Em caso afirmativo, como é esta utilização?

1.1 JUSTIFICATIVA

Acredita-se que a informação científica não circula pelas mídias sociais com a intensidade que o meio possibilita, visto que há algum controle, por parte da academia, na veiculação dessas informações, motivo pelo qual tentam concentrá-las em meios comunicacionais específicos. Em contrapartida, temos os avanços tecno-informacionais nos dias atuais, que geram a necessidade de atualização na forma de propagação informacional.

Por mais fechado que o conhecimento possa parecer, no sentido de pertencer ao mundo acadêmico, existe uma demanda por outras formas de divulgação em meio eletrônico. A praticidade e a facilidade proporcionada pelo ambiente *web* torna possível um alcance maior nesse tipo de comunicação. Dentro desse contexto, será abordada a questão das mídias sociais como ferramenta de Comunicação Científica.

1.2 OBJETIVOS

O objetivo geral do trabalho é analisar o uso das mídias sociais pelos periódicos científicos que utilizam ferramentas tecno-informacionais a fim de promover a divulgação do conhecimento científico.

Os objetivos específicos são:

- a) mapear os periódicos da área da Ciência da Informação ativos no período compreendido entre 2013 e 2016, com Qualis A1, A2, B1 e B2;
- b) identificar quais desses periódicos possuem blogs e/ou páginas em outras mídias sociais, tais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*;
- c) verificar como se dá o uso efetivo das mídias sociais pelos periódicos;

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Com embasamento na literatura específica, apresenta-se como referencial teórico o conceito de Comunicação Científica e o conceito de mídias sociais, assim como a relação que estabelecem entre si, a respeito da propagação da informação científica no ambiente web. Leva-se em conta, também, os modelos tradicionais de difusão do conhecimento científico e a forma como se apresentam para a sociedade, de modo geral, de maneira que permita entrever possíveis contribuições enquanto canais de divulgação, abrindo assim espaço para pesquisas futuras.

2.1 COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

Sabe-se que o conceito de Comunicação Científica é amplo e bastante discutido na literatura, entretanto será abordado o conceito pela perspectiva de Lievrouw (1990 apud CARIBÉ, 2015, p. 90) onde “[...] o termo refere-se ao processo comportamental associado à criação e à comunicação de ideias, entre os cientistas, tanto no âmbito interno – comunidade científica – como no âmbito externo – público em geral.”. Entende-se que esse fato se restringe a comunicação citada é inerente ao ambiente dos pesquisadores, acadêmicos e seus pares. Dessa forma, tem-se na Comunicação Científica um público seletivo e com características de linguagem própria, limitando assim o acesso aberto de suas informações. No que se refere ao público geral, é válido destacar o conhecimento prévio que esse público possui.

Toda pesquisa científica advém de uma comprovação criteriosa por parte dos cientistas envolvidos no processo, assim como também pela veracidade existente nos resultados metodológicos. De acordo com Mueller (2000, p. 21):

[...] para obter confiabilidade, além da utilização de uma rigorosa metodologia científica para a geração do conhecimento, é importante que os resultados obtidos pelas pesquisas de um cientista sejam divulgados e submetidos ao julgamento de outros cientistas, seus pares.

Subentende-se, então que a validação processual das técnicas envolvidas é de conhecimento não só dos cientistas e pesquisadores, mas também daqueles que provavelmente validarão essas experiências, a esses sujeitos chama-se de pares, pois partilham e compartilham informações advindas de todo o processo da pesquisa em si.

A produção da literatura científica compreende diversas atividades que interligadas conjugam o que conhecemos como literatura especializada. Dentro desse contexto, encontram-se pesquisas consolidadas até pesquisas em andamento. Existe uma diferença entre esses dois tipos de comunicação:

A comunicação informal utiliza os chamados canais informais e inclui normalmente comunicações de caráter mais pessoal ou que se referem à pesquisa ainda não concluída, [...]. A comunicação formal se utiliza de canais formais, como são geralmente chamadas as publicações com divulgação mais ampla, como periódicos e livros. A partir dos canais formais e informais de comunicação, é possível compartilhar o encaminhamento, a finalização e/ou continuação de uma pesquisa.

2.2 CANAIS FORMAIS E INFORMAIS

O surgimento de uma pesquisa científica tem a priori a ideia de um pesquisador em determinado problema a ser desenvolvido e/ou descoberto para sanar as dúvidas existentes, pertinentes e persistentes ao problema em si. Com toda a construção e estruturação em torno dessa ideia, procura-se por meio dos chamados pares (pesquisadores que de fato entendem do assunto a ser pesquisado) uma interlocução com detalhes de trocas de experiências, contribuições, exemplificação, sínteses por meio de canais. Dentro da Comunicação Científica apresentam-se duas categorias pelas quais os pesquisadores entram em contato com outros estudiosos e *experts* das mais diversas áreas do conhecimento: São os chamados canais formais e informais.

Segundo Meadows (1974), cada forma de comunicação tem suas particularidades, os canais informais de comunicação, são geralmente utilizados no início da pesquisa, onde o próprio pesquisador escolhe sua própria maneira de dialogar com seus pares de acordo com o que for estabelecido entre eles, na qual a informação, deve ser recente e tem por precaução a restrição e a veiculação da mesma para o público em geral, daí seu acesso ser limitado. Podemos destacar como exemplos de canais informais: relatórios de pesquisa, apresentações de textos em seminários e/ou reuniões pequenas, anais de alguns simpósios, e na atualidade temos os canais informais em ambientes virtuais, onde a predominância encontra-se em grupos de redes sociais, tais como *Facebook*, *Instagram* e um dos mais utilizados, os grupos de *Whatsapp*.

Por sua vez os canais informais, tem como característica principal a permissão ao acesso amplo a informação coletada e armazenada: “Enquanto os canais informais permitem um bom nível de interação com o pesquisador, os canais formais tradicionais não preveem isso. Ao contrário dos canais informais, é o destinatário da mensagem e não o pesquisador que o escolhe e consulta.” (MEADOWS, 1974 apud MUELLER, 2000, p. 21).

Os canais informais estão diretamente ligados a fontes de informações, onde denominamos e conceituamos tais fontes de informação, de acordo com Grogan (1992 apud MUELLER, 2000, p. 31):

[...] as fontes primárias, por sua natureza, são dispersas e desorganizadas do ponto de vista da produção, divulgação e controle. Registram informações que estão sendo lançadas, no momento de sua publicação, no corpo de conhecimento científico e tecnológico. As fontes primárias são, por essas razões, difíceis de serem identificadas e localizadas.

Mueller (2000, p. 31) ainda identifica nas fontes primárias a necessidade de identificação e localização das mesmas, segundo a autora vem de encontro a essa necessidade o surgimento das fontes secundárias:

Fontes secundárias apresentam a informação filtrada e organizada de acordo com o arranjo definido dependendo das suas finalidades. São representadas, por exemplo, pelas enciclopédias, dicionários, manuais, tabelas, revisão da literatura, certas monografias e livros-textos, anuários e outros.

No texto “A ciência, o sistema de comunicação científica e a literatura cinzenta”, de Suzana Pinheiro Machado Mueller, primeiro capítulo do livro “Fontes de Informação para Pesquisadores e Profissionais”, a autora define fontes terciárias como:

[...] aquelas que têm a função de guiar o usuário para as fontes primárias e secundárias. São as bibliografias, os serviços de indexação e resumos, os catálogos coletivos, os guias de literatura, os diretórios e outras. Após a publicação do artigo relatando a pesquisa em periódico científico, são principalmente as fontes secundárias e terciárias que ocorrem no contínuo fluxo. (MUELLER, 2000, p. 31).

Ao atentarmos para todos esses conceitos e para os estudos feitos sobre as fontes informacionais, nota-se que mesmo diante de toda tecnologia dos suportes informacionais os canais informais continuam sendo fontes confiáveis, e de validação da pesquisa científica, uma vez, que a informação para ser transformada e veiculada para o conhecimento necessita de uma análise, síntese e organização da informação para que possam ser transmitidas e

sequencialmente transformadas em conhecimento. Nota-se que o mundo da comunicação científica é permeado de especificidades e bastante restrito, no contexto de canais formais e informais, temos ainda, o que os estudiosos denominam por literatura cinzenta.

2.2.1 Literatura cinzenta

Literatura cinzenta pode ser definida como literatura não convencional, ou seja, é um tipo de comunicação científica que não é comercializada e encontrada facilmente em meios convencionais de divulgação científica. Gomes, Mendonça e Souza (2000, p. 97), diferenciam literatura cinzenta de literatura branca evidenciando justamente em seu modo de comercialização.

[...] caracteriza documentos que tem pouca probabilidade de serem adquiridos através dos canais usuais de venda de publicações, já que nas origens de sua elaboração o aspecto da comercialização não é levado em conta por seus editores. A expressão se contrapõe àquela que designa os documentos convencionais ou formais, ou seja, a literatura branca.

Percebe-se que a partir da afirmação citada acima que esse tipo de literatura não é difundida e muito menos comercializado por livrarias, editoras, bancas de jornal e fontes de informações de fácil acesso em redes sociais. Identifica-se claramente o propósito não comercial e restritivo que a informação desse documento carrega em si.

A literatura cinzenta apresenta em seu escopo outras características bem notórias aos profissionais da informação: reprodução limitada (inferior a mil exemplares), “[...] não recebem numeração padronizada, como ISSN ou ISBN e não são considerados como objeto de depósito legal.” (GOMES; MENDONÇA; SOUZA, 2000, p. 99).

O que torna a literatura cinzenta ser considerada completa, por incrível que pareça é justamente seu caráter não comercial, pois uma vez sem a padronização exigida pelo mercado editorial, pode-se dizer que esse tipo de literatura é primitiva em sua essência, o que a torna de fundamental importância no meio acadêmico. Sigle (1999 apud GOMES; MENDONÇA; SOUZA, 2000, p. 99) evidencia a importância desse tipo de informação como sendo “altamente atualizada, completa e disponível e contingencial aos interesses mercadológicos.”

A literatura cinzenta no contexto da sociedade em rede vai deixando cada vez mais de ser cinzenta porque passa a ter uma visibilidade muito grande, pelo uso intensivo das tecnologias digitais, informação e comunicação. Por exemplo, os anais são exemplos clássicos de literatura cinzenta, muito difícil de recuperar até pouco tempo. Porém, atualmente percebe-

se que há um aumento da propagação das informações contidas em eventos acadêmicos os quais estão disponíveis pela internet, desde a inscrição, submissão, aceitação de trabalhos e por último a publicação das pesquisas resultantes dos eventos, que posteriormente ficam armazenados e são disponibilizados por meio de divulgação na internet, desta forma deixam de ser considerados elementos inerentes à literatura cinzenta. Embora seja possível ver uma mudança na forma de disseminação do conhecimento que até então era de caráter estritamente científico, não se pode confundir com a popularização do mesmo, visto que ainda seja destinado à um grupo seleto de pesquisadores, nada impede que a partir do momento em que se encontra disponível na rede passa a ser acessível a todos que tiverem interesse.

Entende-se que o insumo de toda pesquisa científica gera resultados positivos e/ou negativos no percurso investigativo, e que a informação, comunicação e conhecimento difundidos são inerentes ao grau de relevância que a mesma contém em determinadas áreas do conhecimento, o que torna esse processo “simbolicamente vendável”. Castells (2005, p. 53) corrobora com essa visão ao destacar que “[...] o novo modo informacional de desenvolvimento, a fonte de produtividade acha-se na tecnologia de geração de conhecimentos, de processamento da informação e de comunicação de símbolos.”.

2.3 PERIÓDICOS CIENTÍFICOS (ORIGEM E EVOLUÇÃO)

A história e o conceito de periódico surgem no século XVII, na Europa, no contexto das descobertas no campo das Ciências Exatas, onde a predominância de evidências é a característica principal da veracidade de descobertas científicas. Percebe-se a mudança pragmática do uso da argumentação e dedução para a comprovação de experimentos científicos.

A partir do século XVII há uma grande mudança no meio científico: a dedução deixou de ser aceita como método principal de pesquisa, e a comunidade científica começa a exigir evidências baseadas na observação e na experiência empírica para que os conhecimentos resultantes pudessem ser considerados científicos. (MUELLER, 2007, p. 73).

A comunicação era feita por meio de cartas ou encontros presenciais, onde por meio de conversas informais, já a divulgação formal tornava-se possível por intermédio dos livros e de longos tratados. Para a Royal Society ([199-?] apud MUELLER, 2007, p. 75), os periódicos modernos apresentam as seguintes funções:

- a) comunicação formal dos resultados da pesquisa original para a comunidade científica e demais interessados;
- b) preservação do conhecimento registrado;
- c) estabelecimento da propriedade intelectual;
- d) manutenção do padrão da qualidade na Ciência.

Com os avanços tecno-informacionais de nosso tempo, a comunicação e a informação surgem de forma exponencial, em questão de segundos a tríade informação-comunicação-conhecimento torna-se cada vez disseminados e propagados na rede mundial de computadores, assim como também em seus mais diversos grupos existentes, aos quais chamamos de mídias sociais. Uma vez repassada a informação para um determinado grupo, rapidamente há um compartilhamento de ideias múltiplas, precisas e específicas pertinentes a várias áreas do conhecimento. Nota-se então, que embora antigo e aceito universalmente, existem alguns problemas que se agravam de acordo com o desenvolvimento e a modificação tecnológica. Mueller (2007, p. 76) destaca os seguintes problemas identificados pelos próprios pesquisadores:

- a) demora na publicação do artigo que, às vezes, chega a ser de um ano após o recebimento do original pelo editor;
- b) custos altos de aquisição e manutenção de coleções atualizadas;
- c) rigidez do formato impresso em papel, quando se compara com a versatilidade dos formatos eletrônicos;
- d) dificuldade, para o pesquisador, em saber o que de seu interesse está sendo publicado, pois são muitos os periódicos e pouco eficientes os instrumentos de identificação e busca;
- e) dificuldade, para o pesquisador, em ter acesso a artigos que lhe interessem, pois mesmo sabendo que um novo artigo de seu interesse foi publicado, nem sempre sua biblioteca assina o periódico que o publicou ou consegue obter uma cópia desse artigo com rapidez suficiente.

Depreende-se de acordo com todas as informações citadas acima que os avanços tecnológicos, o valor agregado aos periódicos, a quantidade volumosa de produção e disseminação da informação e do conhecimento, não acompanham a realidade vivenciada por muitos pesquisadores. Nota-se que ainda existe certa limitação ao acesso da informação contida nesse tipo de divulgação de comunicação científica.

2.3.1 Critérios Qualis de classificação de periódicos

No que tange a elaboração de trabalhos científicos e à sua divulgação, vale ressaltar como características da nossa sociedade a liberdade de expressão e, em muitos aspectos, o incentivo a construção coletiva da inteligência, a partir da soma de saberes.

A construção do conhecimento, portanto, é suscetível a críticas e questionamentos naturais de uma não confiabilidade. Em resposta a este fator, o conhecimento científico estabeleceu, então, certo rigor para sua formulação, de modo que para ser reconhecido se faz necessário atender a certas especificidades que fundamente e justifique as formulações e explicações de um determinado assunto.

Como forma de garantir uma qualidade ao conhecimento produzido e compartilhado, existem métodos e estratégias de avaliação, que podem ser aplicados em diversas esferas, como produções, cursos, simpósios, etc.

O Qualis-periódico consiste em um desses niveladores, sendo:

[...] um sistema usado para classificar a produção científica dos programas de pós-graduação no que se refere aos artigos publicados em periódicos científicos. [...] A classificação é realizada pelos comitês de consultores de cada área de avaliação seguindo critérios previamente definidos pela área e aprovados pelo CTC-ES, que procuram refletir a importância relativa dos diferentes periódicos para uma determinada área. [...] A classificação de periódicos é realizada pelas áreas de avaliação e passa por processo anual de atualização. Esses veículos são enquadrados em estratos indicativos da qualidade - A1, o mais elevado; A2; B1; B2; B3; B4; B5; C - com peso zero. (COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR, 2018, não paginado).

Fatores como este não apenas garantem maior credibilidade à informação científica, como incentiva uma produção mais qualificada, em virtude do ranqueamento que propõe.

2.4 A BIBLIOTECONOMIA E A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA ATUALIDADE

Após a segunda guerra mundial, houve um grande volume de produção informacional, os avanços tecnológicos propiciaram e reposicionaram os suportes de informação e a comunicação impressa representava a principal forma de propagação da produção científica. Dentro desse contexto a Biblioteconomia preparava os bibliotecários para atuar especificamente no espaço físico da biblioteca.

Atualmente, busca-se a informação imediata e atualizada de acordo com as demandas da Ciência em consonância com os avanços tecno-informacionais. Repensa-se assim, as

atribuições inculcadas na profissão biblioteconômica. Atualizar-se, para não parar no espaço e no tempo, é um dos principais e reais motivos de continuação e renovação da profissão em si.

A divulgação científica é a forma de propagação informacional da ciência para o público considerado não conhecedor das práticas de pesquisa. É significativo destacar a importância desse profissional no que chamamos de acesso aberto à informação científica, vale ressaltar que o profissional bibliotecário é o mediador da informação e do conhecimento apresentados, no caso da divulgação científica. O conceito de divulgação científica que é apresentado por Calvo Hernando (1992, p. 43):

[...] compreende toda atividade de explicação e difusão dos conhecimentos, da cultura e do pensamento científico e técnico, com duas condições, duas reservas: a primeira, que a explicação e a divulgação se façam fora do marco do ensino oficial ou equivalente, a segunda, que estas explicações extraescolares não tenham como objetivo formar especialistas ou aperfeiçoá-los em seu próprio campo, pois o que se pretende, pelo contrário, é complementar a cultura dos especialistas fora de sua especialidade.

Caribé (2013, não paginado), corrobora com essa linha de pensamento ao afirmar que:

No caso da comunicação científica para o público leigo, trata-se de um processo de comunicação em que o emissor, pessoa ou instituição, tem como objetivo levar ao público leigo a informação científica e tecnológica de forma que possa ser compreendida pelo indivíduo que não integra a área científica de origem do documento.

Esta linha de pensamento é fortalecida pela afirmação de Mueller (2000, p. 23-24), de que “[...] o trabalho do profissional de informação é em grande parte baseado no conhecimento e uso de fontes de informação sobre a literatura científica, a qual reflete as características próprias da ciência e tecnologia modernas.”.

Contudo, a Biblioteconomia é uma ciência social aplicada que tem a informação como objeto de estudo, sendo assim, ao bibliotecário compete conhecer as fontes de informação dentro do seu escopo de atuação e levar a informação aos seus usuários, fazendo uso de todas as ferramentas acessíveis, visando a transpor barreiras para chegar à informação desejada.

2.5 SOCIEDADE EM REDE

A ideia de uma sociedade em rede só se torna possível a partir do surgimento das tecnologias digitais.

A possibilidade de compartilhar dados na forma de dígitos combinada com a integração de processadores de redes de alta velocidade estabeleceu as condições, ao longo do século XX, para o desenvolvimento de uma teia de conexões descentralizadas que veio a se tornar a internet. (MARTINO, 2015, p. 12).

Esse modelo se sobrepôs à comunicação analógica, fortemente determinada por questões políticas e econômicas, onde a informação concentrava-se nas mãos de poucos poderosos veículos de comunicação, dos diferentes meios, na chamada era da Comunicação de Massa. Foi a partir de meados da década de 1990 que a internet passou a despontar no cotidiano brasileiro. Conforme explica Martino (2015, p. 13):

A partir de 1995, de maneira cada vez mais rápida, as mídias digitais e a internet passam a fazer parte do cotidiano, espalhando-se não apenas no uso de computadores, mas também, em um segundo momento, em celulares, smartphones, e outros equipamentos.

De lá pra cá, os avanços tecnológicos se sucederam com significativa rapidez, operando mudanças consideráveis no âmbito da vida social em seus mais diferentes aspectos. Seus efeitos, entre muitas outras áreas, repercutiram também na forma de propagação da informação e do conhecimento, inclusive na dimensão do conhecimento científico.

Considerando o potencial transformador que figura em torno da informação, é natural que em um novo cenário, que permite a ela novas formas de acesso e propagação - possibilitados a partir da evolução de sistemas de tecnologias - uma nova série de mudanças ocorreria, dando a esse movimento um caráter de engrenagens.

A circulação da informação ganha novos contornos a partir das relações que se tornam possíveis com a abertura para possibilidades de experiências compartilhadas no ciberespaço. Por este motivo, ela se torna um conceito chave para compreender as mídias digitais.

Embora no uso cotidiano essa palavra seja usada às vezes como sinônimo de comunicação ou mesmo de “conhecimento”, no estudo das mídias ela tem um significado específico. “Em linhas gerais, uma informação pode ser entendida como qualquer dado novo que aparece em um sistema [...] Ao ser inserido em um sistema, esse dado ou informação tende a gerar um *feedback* específico.” (MARTINO, 2015, p.24).

Em sua explicação do termo o autor acrescenta que a noção de informação ainda vai além, referindo-se ao acréscimo de dado novo não apenas em um sistema, mas em qualquer tipo de situação, por mais simples que ela possa se apresentar.

Esse pressuposto reflete a coerência do termo “sociedade da informação”, na medida em que permite imaginar a grande quantidade de circulação de informações a partir do intenso movimento de trocas de experiências e saberes promovidos por meio das redes digitais que se tornaram possíveis a partir das tecnologias. “Uma vez digitais, dados ganham uma qualidade - tornam-se virtuais.” (MARTINO, 2015, p. 30).

Essa circulação de saberes, ainda que na sua maior escala reflita conhecimentos cotidianos e experiências do senso comum, abrem parâmetro também para novas formas de propagação da informação científica nesse espaço virtual.

Cabe ressaltar que virtual não necessariamente se opõe às circunstâncias da realidade. Para Martino (2015) o termo “virtual”, embora muitas vezes empregado como oposição ao “real”, como se não tivesse existência, não é outra coisa senão parte da própria realidade.

Essas esferas se articulam, de modo que as representações em cada uma delas, muitas vezes, são extensões de ocorrências da outra ou têm nela consequências diretas.

A grande diferença é que o “espaço virtual” encurta o distanciamento de interações dos saberes e, com isso, permite a construção de um saber coletivo, calcado na junção ou contribuição dos saberes individuais.

2.5.1 Redes sociais

Desde sempre o homem convive em sociedade, e como consequência em nichos ao qual ele pertence, como família, igreja, escola, trabalho, todos são formas de conexões sociais. Antes mesmo da explosão informacional, ocorrida no fim da segunda guerra mundial, os povos se agrupavam por semelhanças e se distanciavam pelas diferenças.

No mundo contemporâneo e globalizado, com o surgimento e o aumento do uso das redes sociais, essa interação entre indivíduos, já existente em espaços comunicacionais presenciais, ganha uma nova dimensão com o uso intensivo das tecnologias digitais de informação e comunicação, tornando-se algo inovador e objeto de estudos em áreas como comunicação, antropologia, sociologia, entre outros, transformando noções de tempo, espaço e alcance das informações na sociedade.

Com o advento da internet, o conceito de redes sociais se reestruturou e ganhou novos aspectos, principalmente com o incremento das mídias sociais. Dentre o seu contexto mais intimista de organização social até o modelo atual de conceituação de redes sociais, muito se tem discutido, o que de fato define redes sociais, dentre os muitos conceitos estabelecidos, o

que mais se aproxima da linha de raciocínio dessa pesquisa é aquele abordado por Wellman e Berkowitz (1991 apud PORTUGAL, 2007, p. 4) “As estruturas sociais podem ser representadas como redes - como conjuntos de nós (ou membros do sistema social) e conjuntos de laços que representam as suas interconexões.”. Entende-se que na atualidade esse conceito está interligado ao acesso das pessoas à grande rede mundial de computadores, que torna a informação disponível a um grande número de indivíduos levando à sensação de estreitamento de laços compartilhados entre seus nós, ou seja, a união entre a tríade de bens intangíveis supramencionada e os indivíduos dentro da realidade de cada um. Isso explica um pouco o porquê da dimensão das redes sociais no mundo moderno:

O desenvolvimento extraordinário das comunicações, que possibilita a existência de conexões onde antes havia isolamento; a valorização das relações entre as pessoas relativamente às relações entre pessoas e as coisas. Estes dados explicam a importância que, em particular, as redes sociais assumiram, quer ao nível do conhecimento, quer ao nível da prática. (PORTUGAL, 2007, não paginado).

É por esta via que compreendemos a importância da difusão do conhecimento na internet, em especial nas redes sociais que o ambiente dá forma.

2.5.2 Mídias sociais como ferramenta de divulgação

A informação circula de diversas formas e no século XXI pode ser contemplado o aperfeiçoamento e evolução das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), as mídias sociais são um exemplo legítimo disso.

Definir mídias sociais não é uma tarefa fácil, mas para Dotta (2011, p. 610), “[...] mídias sociais (MS) podem ser conceituadas como espaços de colaboração, de compartilhamento de informações, de construção coletiva de conhecimento, por meio de interações pela internet.”. Em acordo com este conceito, o *Facebook*, o *Instagram*, o *Twitter* e o *Blog*, são alguns exemplos de mídias sociais populares no Brasil.

Cada mídia social tem sua particularidade, dentre elas o blog se destaca por ter um foco maior na parte textual, Gomes (2005, p. 311) nos oferece a seguinte definição para blog:

É uma página na Web que se pressupõe ser atualizada com grande frequência através da colocação de mensagens – que se designam “posts” – constituídas por imagens e/ou textos normalmente de pequenas dimensões (muitas vezes incluindo links para sites de interesse e/ou comentários e

pensamentos pessoais do autor) e apresentadas de forma cronológica, sendo as mensagens mais recentes normalmente apresentadas em primeiro lugar.

Acredita-se que a disseminação de conteúdo científico pode ser feita por mídias sociais, funcionando como um propulsor para a divulgação da funcionalidade dessa ferramenta. Dentro dessa perspectiva busca-se correlacionar o uso e a aplicabilidade desse veículo como transmissor de informação e conhecimento no campo científico.

Vale dizer também que as demais mídias sociais, atualmente, permitem, através de suas ferramentas, uma eficiente difusão orgânica das informações que nela circulam.

É possível afirmar, mesmo da experiência empírica e da utilização cotidiana, que as mídias sociais facilitam o agrupamento por semelhanças e a consequente formação de redes por interesses comuns. Essas ligações aperfeiçoam o fluxo da informação, em especial quando o assunto é pertinente a identidade de grupo.

O termo "redes sociais" cobre um vasto espectro de agrupamentos sociais online dedicados a todo o tipo de atividade. Na medida em que as redes se caracterizam pela existência de laços firmados a partir de interesses comuns, é possível verificar a formação de todo tipo de agrupamento para troca de informações, ideias e materiais, gerando não apenas uma interação entre os participantes no sentido de compartilhar conhecimentos, mas também o engajamento em questões políticas, sociais e culturais. (MARTINO, 2015, p. 58)

As mídias sociais online acabam por se tornar, então, excelentes meios de divulgação para fins diversos, do qual o mercado tem se apropriado com certa eficiência e sabedoria. No entanto, esta finalidade também pode ser positiva para a propagação conhecimento científico, que encontra neste eixo novas possibilidades de divulgação.

O *Facebook*, por exemplo, possui um perfil de alta segmentação, uma vez que possui ferramentas de criação de páginas e de grupos específicos, além de amplo espaço para interação. Ao passo que, o *Instagram* possui algumas ferramentas em comum com o *Facebook* e *Twitter*, ao permitir, a interação seja por curtidas, comentários e compartilhamento de conteúdos, bem como o uso de hashtags, além disso, permite que seu conteúdo seja compartilhado em outras redes. O *Twitter*, por sua vez, consegue congrega os interesses encaminhando os usuários através de *hashtags*. Embora possua espaço para textos curtos e impeça o aprofundamento em determinados assuntos, ele possibilita a inclusão de links de redirecionamento, ganhando um caráter de mediação e sendo associado a velocidade de fluxo de informações.

Sendo assim, as mídias sociais acabam ocupando esse espaço de divulgação, dando fluidez à informação científica entre os grupos com gostos comuns, mas inclusive permitindo alcançar outras esferas através dos compartilhamentos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa possui cunho exploratório e desenvolve-se por meio de levantamento bibliográfico e documental, considerando que este modelo metodológico, além de responder aos objetivos elencados, propicia alcançar maior familiaridade com o objeto de estudo (HEERDT, 2007), compreendendo o comportamento editorial das revistas científicas e conhecendo melhor as novas possibilidades de disseminação do conteúdo produzido por elas.

Embora a pesquisa bibliográfica possa ser realizada com objetivos diferentes, neste trabalho ela contribui “[...] para dominar o conhecimento disponível e utilizá-lo [...] como instrumento auxiliar para a construção e fundamentação de hipóteses.” (KOCHE, 1997, p. 122), mas também para fomentar reflexões que apontem na direção dos objetivos ora expostos.

3.1 CAMPO DA PESQUISA

O campo da pesquisa delimita os periódicos nacionais online da área da Ciência da Informação, com classificação Qualis A1, A2, B1 e B2. O recorte temporal abrange o período compreendido entre os anos 2013 e 2016, que representa o último quadriênio de análise para classificação, realizada pela CAPES. A partir desse primeiro momento, a pesquisa, então buscou verificar quais revistas dentro do levantamento realizado, têm atuação efetiva em blogs e em mídias sociais tais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*. Neste sentido, visamos a atender os objetivos propostos a fim de contribuir para a compreensão do funcionamento do universo das revistas científicas e para uma fundamentação acerca das mídias sociais como meio de divulgação científica.

3.2 POPULAÇÃO/ AMOSTRA

A amostra corresponde aos periódicos que possuem a classificação Qualis A1, A2, B1 e B2, dentro do recorte temporal que abrange o período compreendido entre os anos 2013 e 2016, que representa o último quadriênio de análise para classificação, realizada pela CAPES.

3.3 TÉCNICAS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Após delimitar o campo e selecionar a amostra, a pesquisa, então buscou verificar quais revistas dentro do levantamento realizado, têm atuação efetiva em mídias sociais tais como *Blogs*, *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*. Neste sentido, visamos atender os objetivos propostos a fim de contribuir para a compreensão do funcionamento do universo das revistas científicas e para uma fundamentação acerca das mídias sociais como meio de divulgação científica.

Os dados a serem analisados neste trabalho foram coletados nas fontes secundárias de base dados e periódicos científicos eletrônicos, mais especificamente nas revistas científicas da área de Ciência da Informação.

Escolheu-se a Plataforma Sucupira como base de dados para acesso e análise, uma vez que a mesma, além de especificar a classificação Qualis atribuída pela CAPES, oferece opções de filtros para afinamento e especificação da pesquisa. A partir da plataforma delimitada, realizou-se um segundo recorte, privilegiando as revistas científicas na área de Ciência da Informação (e abrindo mão dos periódicos interdisciplinares que, de forma direta ou indireta, também abordam algum desses temas sem, no entanto, o terem como exclusividade).

Findado este primeiro momento, a pesquisa se desdobrou em uma análise das alternativas de divulgação das obras, levantando, as revistas que a realiza através das mídias sociais.

4 ANÁLISE DOS PERIÓDICOS NACIONAIS NA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Buscando uma especificidade no universo da pesquisa, que são os periódicos, definiu-se selecionar periódicos na área da Ciência da Informação. Após a decisão da área do conhecimento, buscou-se identificar os periódicos que são online e escolheu-se trabalhar com as revistas classificadas entre Qualis A1, A2, B1 e B2, tendo em vista que os trabalhos deste escopo compõem o grupo das mais qualificadas produções da área.

Dentro do recorte especificado alcançou-se a seguinte amostragem:

Quadro 1 - Número de registros da área Comunicação e Informação

QUALIS	Nº de Registros	Periódicos online da área de C.I.
A1	55	3
A2	115	3
B1	201	13
B2	175	4
Total:	546	24

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Quadro 2 - Revistas da área da Ciência da Informação com Qualis A1

ISSN	TÍTULO	PERIODICIDADE
0104-0146	INFORMAÇÃO & SOCIEDADE. ESTUDOS	QUADRIMESTRAL
1981-5344	PERSPECTIVAS EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO	TRIMESTRAL
2318-0889	TRANSINFORMAÇÃO	QUADRIMESTRAL

Fonte: COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR, c2016.

Quadro 3 - Revistas da área da Ciência da Informação com Qualis A2

ISSN	TÍTULO	PERIODICIDADE
1981-8920	INFORMAÇÃO & INFORMAÇÃO (UEL. ONLINE)	QUADRIMESTRAL
1808-5424	EM QUESTÃO (UFRGS)	QUADRIMESTRAL
1518-2924	ENCONTROS BIBLI	QUADRIMESTRAL

Fonte: COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR, c2016.

Quadro 4 - Revistas da área da Ciência da Informação com Qualis B1

ISSN	TÍTULO	PERIODICIDADE
0103-3557	ÁGORA (FLORIANÓPOLIS)	SEMESTRAL
1981-1640	BRAZILIAN JOURNAL OF INFORMATION SCIENCE	TRIMESTRAL
1518-8353	CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO	QUADRIMESTRAL
2178-2075	INCID: REVISTA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO E DOCUMENTAÇÃO	SEMESTRAL
1808-3536	LIINC EM REVISTA	SEMESTRAL
2236-417X	PERSPECTIVAS EM GESTÃO & CONHECIMENTO	SEMESTRAL
1981-0695	PESQUISA BRASILEIRA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO E BIBLIOTECONOMIA	SEMESTRAL
1981-6766	PONTODEACESSO (UFBA)	SEMESTRAL
1980-6949	RBBB. REVISTA BRASILEIRA DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO (ONLINE)	QUADRIMESTRAL
1981-6286	RECIIS – REVISTA ELETRÔNICA DE COM. INFORMAÇÃO & INOVAÇÃO EM SAÚDE	TRIMESTRAL
1678-765X	REVISTA DIGITAL DE BIBLIOTECONOMIA E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO	QUADRIMESTRAL
1983-5213	REVISTA IBERO-AMERICANA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO	QUADRIMESTRAL
1983-5116	TENDÊNCIAS DA PESQUISA BRASILEIRA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO	SEMESTRAL

Fonte: COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR, c2016.

Quadro 5 - Revistas da área da Ciência da Informação com Qualis B2

ISSN	TÍTULO	PERIODICIDADE
2273-8723	ACERVO: REVISTA DO ARQUIVO NACIONAL	QUADRIMESTRAL
2237-826X	ATOZ: NOVAS PRÁTICAS EM INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO	SEMESTRAL
2317-675X	COMUNICAÇÃO & INFORMAÇÃO	QUADRIMESTRAL
1414-0594	REVISTA ACB (FLORIANÓPOLIS)	QUADRIMESTRAL

Fonte: COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR, c2016.

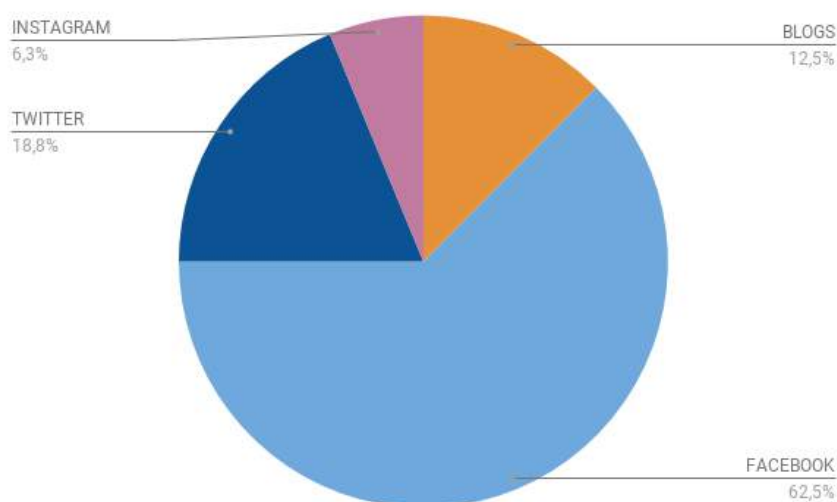
No que tange o uso de mídias sociais para divulgação foram obtidos os seguintes resultados, 12 dos 24 periódicos científicos nacionais online listados acima possuem algum tipo de mídia / rede social, apenas um deles faz uso do *Instagram*

Quadro 6 - Revistas que usam mídias sociais

QUALIS	REVISTAS	BLOG	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM
A2	EM QUESTÃO (UFRGS)		X		
A2	ENCONTROS BIBLI	X			
B1	AGORA (FLORIANOPOLIS)		X	X	X
B1	BRAZILIAN JOURNAL OF INFORMATION SCIENCE		X		
B1	PESQUISA BRASILEIRA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO E BIBLIOTECONOMIA	X	X	X	
B1	PERSPECTIVAS EM GESTÃO & CONHECIMENTO			X	
B1	RECIIS – REVISTA ELETRÔNICA DE COM. INFORMAÇÃO & INOVAÇÃO EM SAÚDE		X		
B1	REVISTA DIGITAL DE BIBLIOTECONOMIA E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO		X		
B1	REVISTA IBERO-AMERICANA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO		X		
B2	ACERVO: REVISTA DO ARQUIVO NACIONAL		X		
B2	ATOZ: NOVAS PRÁTICAS EM INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO		X	X	
B2	REVISTA ACB (FLORIANÓPOLIS)		X		

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Entre as revistas científicas citadas acima, em sua maioria possuem *Facebook*, porém apenas quatro fazem atualizações frequentes, o critério utilizado na pesquisa para análise dessa ferramenta específica, foi a média das publicações, as que não as faziam há mais de 30 dias foram consideradas entre esporádicas à desatualizadas, visto que duas não postavam nada entre um a dois anos. O levantamento das mídias sociais, foi realizado entre os dias 24 e 28/11/2018.

Figura 1 - Mídias sociais

Fonte: A autora, 2018.

Conforme já mencionado, podemos dizer que o *Facebook* é o principal canal de mídias sociais, já que 62,5% dos periódicos levantados possuem página na rede. no entanto, vale dizer que nem todos os periódicos fazem uso frequente da página, independente de sua finalidade.

Neste sentido, apresentamos abaixo uma tabela de frequência de publicações desses periódicos, definindo-os em "atualizados" ou "desatualizados", tendo o período de superior a 30 dias sem inserções de novos conteúdos como critério.

Quadro 7 - Mídias sociais atualizadas e desatualizadas

REVISTAS	BLOG	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM
EM QUESTÃO (UFRGS)				
ENCONTROS BIBLI				
ÁGORA (FLORIANOPOLIS)				
BRAZILIAN JOURNAL OF INFORMATION SCIENCE				
PERSPECTIVAS EM GESTÃO & CONHECIMENTO				
PESQUISA BRASILEIRA EM CIÊNCIA DA				

INFORMAÇÃO E BIBLIOTECONOMIA				
RECIIS – REVISTA ELETRÔNICA DE COM. INFORMAÇÃO & INOVAÇÃO EM SAÚDE				
REVISTA DIGITAL DE BIBLIOTECONOMIA E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO				
REVISTA IBERO-AMERICANA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO				
ACERVO: REVISTA DO ARQUIVO NACIONAL				
ATOZ: NOVAS PRÁTICAS EM INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO				
REVISTA ACB (FLORIANÓPOLIS)				
Totais: 12	2	10	3	1
Legenda:				
Atualizados:		Desatualizados:		

Fonte: A autora, 2018.

O levantamento permitiu perceber que o fato de possuir a página na mídia social específica não indica necessariamente o uso efetivo da mesma. Vale dizer que, entre os periódicos considerados desatualizados, dois deles não realizam sequer uma postagem há aproximadamente dois anos. Dentre as revistas da área da C.I. que fazem uso regularmente das ferramentas de divulgação, por meio das mídias sociais, destacam-se os periódicos apresentados nas subseções a seguir.

4.1 REVISTA EM QUESTÃO (QUALIS A2)

A Revista Em Questão recebe conteúdos não somente textos das áreas de C.I., mas também de áreas correlatas. Atualmente faz uso de uma única ferramenta de divulgação a parte, sendo esta o *Facebook*, na qual faz publicações recorrentes.

Figura 2 - Página da revista Em Questão no *Facebook*



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

4.2 REVISTA ÁGORA (QUALIS B1)

Revista *Ágora*: Dentre os periódicos que fazem uso de mídias sociais, a única mídia social a qual não faz uso é o *Blog*, possui *Facebook*, *Twitter*, sendo a única entre os periódicos a fazer uso do *Instagram*. Dentro de suas redes faz o uso oportuno para a divulgação de todas as que estão inseridas. A rede de compartilhamento a qual possui maior número de seguidores é *Facebook*.

Figura 3 - Página da revista *Ágora* no *Facebook*



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Figura 4 - Página da revista *Ágora* no *Instagram*



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Figura 5 - Página da revista *Ágora* no *Twitter*



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

4.3 REVISTA BRASILEIRA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO E BIBLIOTECONOMIA (QUALIS B1)

A Revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia (PBCIB), além das publicações tradicionais realizadas via periódicos, possui atualmente três importantes ferramentas de divulgação por meio das mídias sociais, o Blog De Olho na CI, bem como *Facebook* e *Twitter* de mesmo nome. Todas elas possuem publicações quase que

diárias, o que indica uma atualização constante e um uso efetivo de tais ferramentas, com foco no compartilhamento de conteúdo da área a qual pertence.

Figura 6 - Blog De Olho na CI



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Figura 7 - Página do blog De Olho na CI no Facebook



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Figura 8 - Página do *blog* De Olho na CI no *Instagram*



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

4.4 RECIIS - REVISTA ELETRÔNICA DE COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO & INOVAÇÃO EM SAÚDE (QUALIS B1)

Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde (RECCIIS), lançada em 2007, utiliza apenas do *Facebook* como mídia social, suas postagens são atualizadas com regularidade, com conteúdos direcionados a área de atuação e pesquisa, possuindo mais de dois mil seguidores.

Figura 9 - Página da Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde (RECCIIS) no *Facebook*



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

4.5 REVISTA ACERVO (QUALIS B2)

Revista Acervo - Arquivo Nacional: Utiliza-se do *Facebook* como ferramenta de divulgação, a mesma faz postagens e compartilhamento de conteúdo com regularidade. Destaca-se por possuir atualmente mais de dez mil seguidores.



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Nesta última análise, foi possível constatar que as revistas citadas, ao aderirem ao uso das mídias sociais como ferramentas tecno-informacionais, passam a ter novas formas de atuarem efetivamente na divulgação e propagação de conteúdo de caráter científico, perpassando o conhecimento para outras esferas. Esse alcance poderia ser mais significativo, se as demais revistas que também possuem mídias/redes sociais, fizessem o uso eficaz dessas ferramentas com atualizações constantes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer deste trabalho, foi possível realizar o levantamento das principais revistas da área de Ciência da Informação, classificadas pela CAPES com Qualis entre A1 e B2, constatar que poucas revistas fazem uso de ferramentas de divulgação científica, oferecidas pelas mídias sociais. Os periódicos científicos prevalecem ainda como principal canal de divulgação da científica, visto que as revistas estudadas que fizeram parte do escopo dessa pesquisa, ainda hoje, o têm como o veículo propulsor para a difusão da pesquisa científica.

Contudo, vale ressaltar que as mídias sociais, uma vez utilizadas de maneira assertiva, podem colaborar com a disseminação da informação de forma dinâmica, com maior velocidade e alcance, o que permite a descentralização da mesma dos canais tradicionais, como o periódico científico, permitindo que este ganhe maior visibilidade, pois ao permitir que o conhecimento e a produção científica transite em outras esferas, as revistas passam a ganhar novos espaços e ganhar novos nichos.

REFERÊNCIAS

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. esp, p. 1-12, 2010.

CALVO HERNANDO, M. **Periodismo Científico**. Madrid: Paraninfo, 1992.

CARIBÉ, R. C. V. Comunicação científica: reflexões sobre o conceito. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 25, n. 3, p. 89-104, set./dez. 2015. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/23109/14530>>. Acesso em: 3 mar. 2018.

CARIBÉ, R. C. V. O papel da biblioteca como espaço de divulgação científica. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 25., 2013, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Florianópolis: CBBB: FEBAB, 2013. Disponível em: <<https://portal.febab.org.br/anais/article/view/1545/1546>>. Acesso em: 10 mai. 2018.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (Série A era da informação, 1).

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR. **Classificação da produção intelectual**. Brasília: CAPES, 2018. Disponível em: <<http://www.capes.gov.br/avaliacao/instrumentos-de-apoio/classificacao-da-producao-intelectual>>. Acesso em: 18 set. 2018.

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR. **Plataforma Sucupira**. Brasília: CAPES, c2016. Disponível em: <<https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/>>. Acesso em: 23 set. 2018.

DOTTA, S. Uso de uma mídia social como ambiente virtual de aprendizagem. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE INFORMÁTICA NA EDUCAÇÃO, 12., 2011, Aracaju. **Anais eletrônicos...** Aracaju: SBIE, 2011. p. 610-619, Disponível em: <<http://www.br-ie.org/pub/index.php/sbie/article/view/1623/1388>> Acesso em: 08 jul. 2018.

GOMES, M. J. Blogs: um recurso e uma estratégia pedagógica. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE INFORMÁTICA EDUCATIVA, 7., 2005, Leira. **Actas electrónicas...** Leira: SIIE, 2005. p. 311-315. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/4499/1/Blogs-final.pdf>>. Acesso em: 05 jul. 2018.

GOMES, S. L. R.; MENDONÇA, M. A. R.; SOUZA, C. M. Literatura cinzenta. In: CAMPELLO, B; CENDÓN, B. V.; KREMER, J. M. (Org.). **Fontes de informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

HEERDT, M. L. **Metodologia científica e da pesquisa**: livro didático. 5. ed. rev. e atual. Palhoça, SC: UnisulVirtual, 2007.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos da metodologia científica**: teoria da ciência e prática de pesquisa. 14. ed. rev. e atual. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das mídias digitais**: linguagens, ambientes, redes. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

MEADOWS, A. J. **Communication in science**. London: Butterworths, 1974.

MIRANDA, D. B.; PEREIRA, M. N. F. O periódico científico como veículo de comunicação: uma revisão de literatura. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 25, n. 3, p. 375-382, set./dez. 1996.

MUELLER, S. P. M. A ciência, o sistema de comunicação científica e a literatura científica. In: CAMPELLO, B; CENDÓN, B. V.; KREMER, J. M. (Org.). **Fontes de informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

_____. O crescimento da ciência, o comportamento científico e a comunicação científica: algumas reflexões. **Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG**, Belo Horizonte, v. 24, n. 2, p. 63-84, jan./jun. 1995.

_____. O periódico científico. In: CAMPELLO, B; CENDÓN, B. V.; KREMER, J. M. (Org.). **Fontes de informação para pesquisadores e profissionais**. 2. reimp. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2007.

PORTUGAL, S. Contributos para uma discussão do conceito de rede na teoria sociológica. **Oficina do CES**, Coimbra, n. 271, não paginado, mar. 2007. Disponível em: <<https://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/ficheiros/271.pdf>>. Acesso em: 13 ago. 2018.

