



LATMETRICS

I LATMETRICS - ALTMETRIA E CIÊNCIA ABERTA NA AMÉRICA LATINA
NITERÓI, RIO DE JANEIRO - 28, 29 E 30 DE NOVEMBRO DE 2018

DA REDE SOCIAL AO ARTIGO CIENTÍFICO: UM ESTUDO SOBRE UM PERIÓDICO DE HISTÓRIA DA CIÊNCIA NA INTERNET

Marina Lemle¹
Fabio Castro Gouveia²

Palavras-Chave: divulgação científica; comunicação científica; altmetria; Facebook; blog.

História, Ciências, Saúde - Manguinhos (HCSM) foi um dos primeiros periódicos científicos brasileiros a criar blogs e lançar-se nas redes sociais, em junho de 2013. Com a iniciativa, a revista da Fiocruz vislumbrava aumentar a visibilidade dos seus artigos veiculados na base de dados SciELO, o que, supunha-se, favoreceria a geração de citações e referências - parâmetros que elevam o impacto acadêmico das publicações e seu posicionamento em rankings de periódicos. A expectativa era de que as postagens atraíssem público para o blog e de lá para os artigos (figura 1). Mais acessos levariam a mais citações. A experiência prática, porém, sugere outros retornos valoráveis da iniciativa.

¹ Programa de Pós-Graduação em Divulgação da Ciência, Tecnologia e Saúde - PPDCTS - Fundação Oswaldo Cruz - e-mail: marinalemle@gmail.com

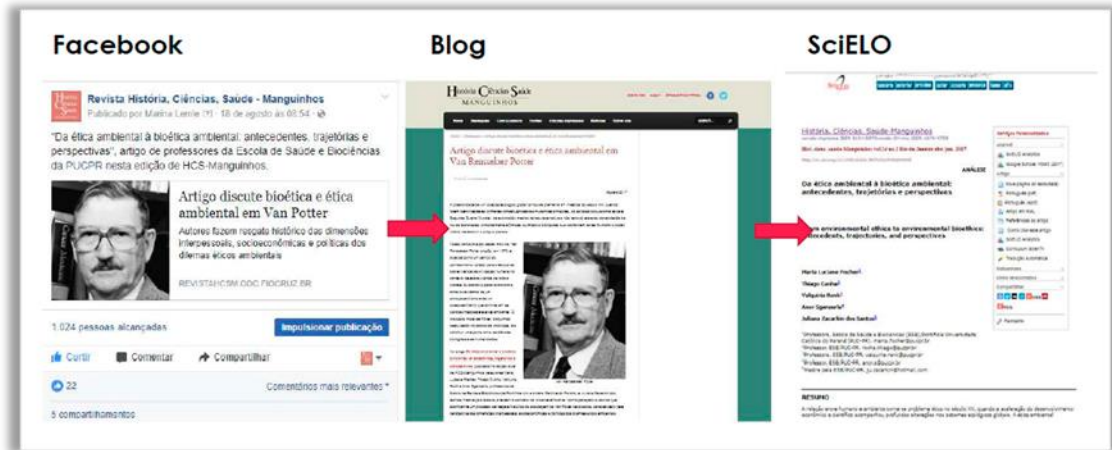
² Fundação Oswaldo Cruz - e-mail: fgouveia@gmail.com



LATMETRICS

I LATMETRICS – ALTMETRIA E CIÊNCIA ABERTA NA AMÉRICA LATINA
NITERÓI, RIO DE JANEIRO – 28, 29 E 30 DE NOVEMBRO DE 2018

Figura 1. O Facebook de HCSM leva ao Blog, que leva ao SciELO



Cerca de 98% dos acessos ao Blog de HCSM via redes vêm do Facebook. O objetivo deste estudo de caso foi avaliar o uso do Facebook pela revista para se comunicar com pesquisadores e estudantes das áreas cobertas – os chamados pares – e também com o público em geral – os leitores leigos, aqui apelidados de “ímpares”. A partir de métricas alternativas foram estudadas relações entre o engajamento no Facebook e os acessos no blog e nos artigos no SciELO. A análise conjunta dos dados do Netvizz (Facebook), Google Analytics (Blog) e SciELO permitiu verificar caminhos trilhados pelo público, suscitando reflexões sobre comunicação científica e divulgação científica em tempos de redes sociais.

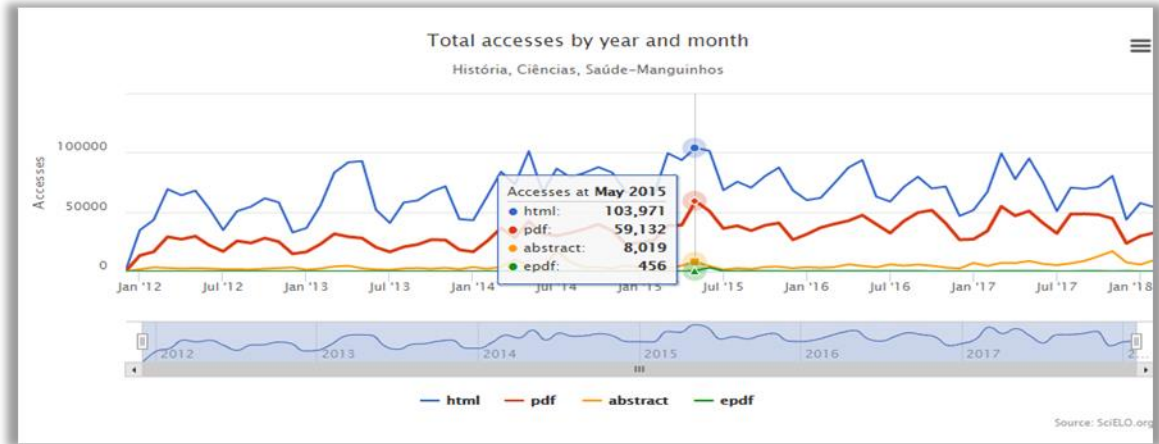
A pesquisa estudou 1247 posts publicados de 1º de janeiro de 2014 a 31 de dezembro de 2017. O gráfico de acessos mensais ao SciELO (gráfico 1) no período mostra um aumento médio sutil após a criação do blog e das redes. Antes do lançamento, a soma mensal dos acessos a artigos em arquivos html (linha azul) oscilava entre 40 e 70 mil acessos. Depois, de 50 a 100 mil, tendo atingido o pico máximo em maio de 2015.



LATMETRICS

I LATMETRICS - ALTMETRIA E CIÊNCIA ABERTA NA AMÉRICA LATINA
NITERÓI, RIO DE JANEIRO - 28, 39 E 30 DE NOVEMBRO DE 2018

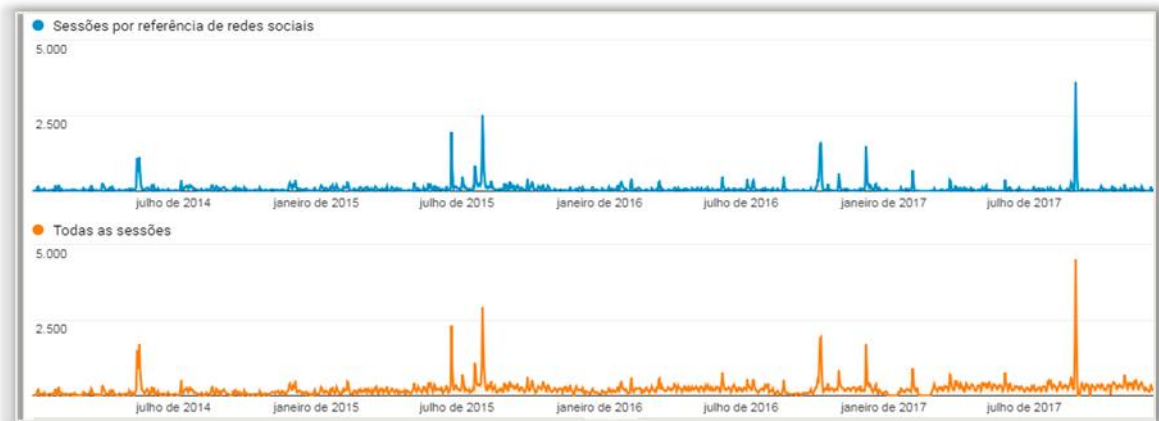
Gráfico 1 Total de acessos a HCSM no Scielo de jan/2012 a jan/2018.



Fonte: Scielo.org

De 2014 a 2017, as curtidas na página de HCSM no Facebook quadruplicaram. No período, ocorreram seis picos de acesso no Blog, todos coincidentes com posts no Facebook (gráfico 3).

Gráfico 3. Comparação de todas as sessões no Blog e aquelas oriundas de redes sociais



Fonte: Google Analytics

O estudo observou que:

- Apesar de o Blog e o SciELO serem direta e indiretamente impactados pelo tráfego do Facebook, não dependem dele para exercerem seus papéis de comunicar ciência, graças ao intenso tráfego orgânico vindo do Google e dos acessos diretos;

- As três mídias analisadas de HCSM – Facebook, Blog e SciELO – funcionam em conjunto, mas cada uma, de forma



dissociada, cumpre um papel próprio em sua dimensão, de acordo com a sua natureza e propósito;

- Um recente aumento nas citações a artigos não pôde ser atribuído às redes sociais, uma vez que uma série de esforços editoriais foram feitos no mesmo período;

- Os posts têm impacto entre pesquisadores e também entre o público leigo, o que fica claro no estudo dos grafos (feitos em VosViewer) dos 10% de posts mais bem sucedidos no Facebook (13 posts). O sucesso se deve ao compartilhamento por páginas voltadas para pares (ex. Anpuh) ou para leigos (p. ex. Ciência Hoje), o que sugere que, no Brasil, onde o uso do Facebook é muito forte, o modelo se adequa tanto à comunicação científica quanto à divulgação científica.