

O perfil dos usuários dos periódicos da Ciência da Informação nas mídias sociais: uma análise no Twitter (X)

The profile of Information Science journal users on social media: an analysis on Twitter (X)

El perfil de los usuarios de las revistas de Ciencia de la Información en las redes sociales: un análisis en Twitter (X)

Natalia Rodrigues Delbianco

Universidade Estadual Paulista, Marília, SP, Brasil

Maria Cláudia Cabrini Grácio

Universidade Estadual Paulista, Marília, SP, Brasil

ORIGINAL

Resumo

Objetivo. Caracterizar os usuários de periódicos brasileiros da Ciência da Informação no Twitter (X). **Método.** O universo da pesquisa abrangeu os periódicos com perfil ativo no Twitter (X), indexados na BRAPCI e classificados no Qualis Periódicos (2013-2016): Acervo, AtoZ e Ciência da Informação em Revista. Foram analisados os usuários com maior interação nas postagens, com base em suas biografias e dados geográficos. Aplicou-se análise de clusters com método de agrupamento de Ward e distância qui-quadrado, via SPSS. **Resultados.** A maioria dos perfis pertence ao meio científico, com autodeclarções como “Pós-graduando(a)” e “Bibliotecário(a)”. Alguns usuários possuem vínculo com o periódico como por exemplo, editor, e há uma tendência deles estarem localizados na mesma região do periódico. Ainda, os recursos mais utilizados na biografia foram as menções. **Conclusões.** Conclui-se que a comunidade de usuários que mais interagem com as postagens feitas pelos periódicos analisados se concentram na área científica.

Palavras-chave: twitter (x), seguidores, altmetria, mídias sociais, métrica de conectividade

Abstract

Objective. To characterize users of Brazilian Information Science journals on Twitter (X). **Method.** The research universe covered journals with an active profile on Twitter (X), indexed in BRAPCI and classified in Qualis Periódicos (2013-2016): Acervo, AtoZ, and Ciência da Informação em Revista. Users with the highest interaction in posts were analyzed based on their biographies and geographic data. Cluster analysis was applied using Ward's clustering method and chi-square distance via SPSS. **Results.** Most profiles belong to the scientific community, with self-declarations such as “Graduate student” and “Librarian.” Some users have ties to the journal, such as editors, and there is a tendency for them to be located in the same region as the journal. Furthermore, the most used resources in the biography were mentions. **Conclusions.** It is concluded that the community of users who interact most with the posts made by the analyzed journals are concentrated in the scientific field.

Keywords: twitter (x), followers, altmetrics, social media, connectivity metrics

Resumen

Objetivo. Caracterizar a los usuarios de revistas brasileñas de Ciencia de la Información en Twitter (X). **Método.** El universo de la investigación abarcó las revistas con perfil activo en Twitter (X), indexadas en BRAPCI y clasificadas en Qualis Periódicos (2013-2016): Acervo, AtoZ y Ciência da Informação em Revista. Se analizaron los usuarios con mayor interacción en las publicaciones, basándose en sus biografías y datos geográficos. Se aplicó un análisis de clústeres con el método de agrupación de Ward y la distancia chi-cuadrado, mediante SPSS. **Resultados.** A mayoría de los perfiles pertenecen al ámbito científico, con autodeclaraciones como “Estudiante de posgrado” y “Bibliotecario”. Algunos usuarios tienen vínculos con la revista, por ejemplo, como editores, y tienden a estar ubicados en la misma región que la revista. Además, los recursos más utilizados en la biografía fueron las menciones. **Conclusiones.** Se concluye que la comunidad de usuarios que más interactúa con las publicaciones de

las revistas analizadas se concentra en el ámbito científico.

Palabras clave: twitter (x), seguidores, altmetría, redes sociales, métrica de conectividad

1 Introdução¹

A Altmetria é um subcampo dos Estudos Métricos da Informação (EMI) e engloba análises e indicadores da ciência no contexto social e online (Curty & Delbianco, 2020). Foi inserida na ciência durante o desenvolvimento da Web Social para tratar dos novos canais de comunicação e complementar a caracterização da atividade e impacto científicos em relação aos estudos dos subcampos já existentes, tal qual afirmam Souza e Almeida (2013, não paginado), quando apontam que a Altmetria propicia “[...] avaliar o impacto de uma pesquisa científica para além do número de citações que recebe, e até mesmo para além do âmbito das comunidades científicas”.

Nesse sentido, Haustein (2018) destaca que é possível divulgar a ciência ampliando o impacto dos resultados de pesquisa para além do meio científico, sendo este o maior objetivo da Altmetria. Nesse escopo, destaca-se o Twitter (X), uma plataforma criada e utilizada por uma extensa comunidade de usuários, o que demonstra potencial para medir o impacto da ciência, na perspectiva da sociedade como um todo. É uma das mídias sociais (MS) mais utilizadas pela comunidade científica, tanto por pesquisadores e instituições, quanto por periódicos científicos, sendo fonte recorrente dos estudos altmétricos.

Entre os indicadores presentes na caracterização das MS, sobretudo quanto às conexões entre usuários, destacam-se as relações: “seguidores” e “seguindo”. Esses indicadores estão relacionados ao tamanho da audiência de cada usuário e ao tamanho da exposição e repercussão de um conteúdo (Macedo, 2014), mas também ao grupo de métricas de conectividade social (Orduña-Malea et al., 2016). Díaz-Faes et al. (2019) e Ferreira et al. (2021) apontam que os seguidores dos pesquisadores, de modo geral, não estão relacionados com a academia. Portanto, um pesquisador altamente citado não é necessariamente seguido por muitos nas mídias sociais. Todavia, quanto mais é seguido, mais ele será ativo na plataforma.

Levando em consideração o uso do Twitter (X) como fonte de informação no subcampo da Altmetria e os indicadores “seguidores” e “seguindo”, este estudo está pautado na seguinte questão de pesquisa: como se caracterizam os perfis que seguem e são seguidos pelos periódicos brasileiros de Ciência da Informação?

Para tanto, o objetivo geral desta pesquisa é caracterizar os usuários presentes nos indicadores “seguidores” e os “seguindo” dos periódicos brasileiros de Ciência da Informação. O objetivo geral desdobra-se nos seguintes objetivos específicos: identificar os perfis com maior interação com as publicações dos periódicos; qualificar os perfis com maior interação quanto ao tipo de atividade acadêmico-profissional exercida; identificar os recursos utilizados pelos perfis em suas BIO; identificar o estado da localização autodeclarada nos perfis com maior interação com os periódicos analisados, caracterizar os agrupamentos de estado da localização dos perfis dos seguidores em função das similaridades de interação com os periódicos analisados.

A relevância da pesquisa está pautada no crescente uso das mídias sociais pela comunidade científica para divulgar e compartilhar suas pesquisas e opiniões. Organizações como a Scientific Electronic Library Online (SciELO) têm fomentado reflexões acerca da presença dos periódicos na Web Social. A escolha da mídia social Twitter (X) se justifica por ser uma das mídias sociais mais utilizadas no mundo e, segundo aponta a pesquisa de Martín-Martín et al. (2018), é a mídia social favorita da comunidade científica, além de ser a mais utilizada em estudos altmétricos.

Ainda, estudos voltados para os indicadores de seguidores/seguindo estão sendo desenvolvidos no contexto dos EMI, como pode ser visto nas pesquisas de Nicholas et al. (2016) e Grácio et al. (2023). No entanto, esses estudos focam na perspectiva micro de análise (pesquisador como usuário). A perspectiva meso (periódicos científicos como usuário), foco deste estudo ainda é escassa, necessitando de estudos a fim de compreender o comportamento deste universo, especialmente com indicadores que auxiliem na visualização da sua influência, impacto social, conectividade, assim como a semelhança do seu público e interlocutores, como os indicadores Seguidores/Seguindo.

¹ O presente trabalho foi elaborado a partir da dissertação da primeira autora.

2 A altmetria e as mídias sociais

A Altmetria trabalha com as métricas geradas em ambientes alternativos e sociais. Assim, é possível coletar e analisar dados gerados e socializados nos ambientes que não são considerados tradicionais pela comunidade científica. Além disso, a Altmetria pode ampliar o alcance e a visibilidade das pesquisas e de conteúdo científicos para além da comunidade acadêmica. Para que isso seja possível, são utilizados canais alternativos como blogs, sites de notícias e mídias sociais (acadêmicas ou não).

No que diz respeito às mídias sociais, seu uso pela sociedade tem crescido nos últimos anos e, para além dos indivíduos, também instituições, empresas, organizações, meios de comunicação como sites de notícias, blogs e periódicos científicos aderiram ao uso e estão presentes nas mídias sociais por meio de seus perfis.

Na literatura, há estudos que abordam esses indicadores e recursos, entre eles DirectLabs (2009), Recuero (2014), Macedo (2014), Orduña-Malea et al. (2016), Martín-Martín et al. (2018) e Silva e Gouveia (2021). De modo geral, essas pesquisas classificam esses indicadores em grupos de acordo com a sua função e objetivo, como os seguintes grupos de indicadores: audiência, visibilidade, influência, engajamento e conectividade social.

Uma das características das mídias sociais é que elas permitem que os usuários acompanhem outros usuários/perfis de seu interesse por meio da funcionalidade “seguidor” (seguem o usuário) e “seguindo” (são seguidos pelos usuários) presente nas plataformas. Essas funcionalidades possibilitam gerar indicadores que buscam medir e avaliar o tamanho do público de um usuário e seu potencial de alcance na sociedade. Assim, segundo Macedo (2014), esses indicadores também estão vinculados com a exposição do conteúdo e, nesse caso, com o grupo de audiência.

Já de acordo com os pesquisadores Orduña-Malea et al. (2016) e Martín-Martín et al. (2018) os conjuntos de “seguidores” e de “seguindo” fazem parte do grupo de métricas da conectividade social, que reúne indicadores que representam a conexão de um autor com as comunidades científica, acadêmica e profissional que o cercam, assim como com a sociedade em geral.

Dentre as mídias sociais mais utilizadas, está o Twitter (X) criado em 2006, por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass. Em 2022, foi comprado pelo empresário Elon Musk e passou a se chamar X. De acordo com o novo CEO, “o X é o lugar certo para saber mais sobre o que está acontecendo e sobre o que as pessoas estão falando agora” (X, 2024). Nessa mesma direção, Jesus (2012) apontou que em 2009 o Twitter (X) foi considerado como um meio jornalístico que permite o compartilhamento e divulgação de acontecimentos, pensamentos, informações em tempo real. Também Martín-Martín et al. (2018) destacaram que essa mídia social foi bem aceita pela comunidade acadêmica e se tornou uma das mais utilizadas por ela. De acordo com Araújo (2014), o uso das mídias sociais pelos pesquisadores pode auxiliá-los a encontrar e manter diálogo online com seus pares, assim como receber e filtrar informações do seu interesse científico; interagir com outros participantes; e alcançar seu público. No relatório anual da We are Social que reúne dados a respeito da internet e seus meios de comunicação em nível mundial, Kemp (2025) identifica 15 principais razões pelas quais as pessoas utilizam as mídias sociais. Em 4º lugar, está a busca por conteúdo como artigos, vídeos, entre outros - “Finding content (e.g. articles, vídeos)”. Considera-se que nessa categoria também estão inclusas as buscas por conteúdo científico.

Nesse contexto, observa-se também o crescente uso do Twitter (X) pelos periódicos científicos. Organizações, como a Scientific Electronic Library Online (SciELO), vêm incentivando os periódicos científicos a usarem as mídias sociais para o compartilhamento de seus artigos e conteúdo científico, mantendo inclusive o próprio blog SciELO em Perspectiva (<https://blog.scielo.org/>) com o objetivo de compartilhar informação e conhecimento orientado para o desenvolvimento da comunicação científica, e em particular dos periódicos SciELO (SciELO em Perspectiva, 2024).

A comunicação e divulgação dos resultados de pesquisa nas MS permite que os resultados das pesquisas alcancem um número de maior de pessoas de forma mais rápida, visto que a velocidade com que o compartilhamento é feito configura uma das suas vantagens e essa característica juntamente com a instantaneidade fazem parte da função do microblog.

É importante mencionar que ao se cadastrar na plataforma, no processo de criação do seu perfil, o usuário precisa preencher alguns dados e pode fazer uma pequena descrição pessoal que fica disponível em sua página inicial (chamada BIO) para todos os demais usuários. Após o cadastramento, o usuário pode começar a seguir outros usuários e a fazer postagens.

O preenchimento do campo BIO é opcional e com informações de livre escolha do usuário. Podem ser observados diversos tipos de conteúdo no preenchimento: descrição de quem é o usuário, frases soltas, passagens de música ou de livros, explicação de como gosta de ser chamado, profissão, o que gosta de fazer ou, no contexto acadêmico, seus temas de pesquisas. Além disso, o usuário pode fazer uso de alguns recursos, como: links, emojis, menção a outro perfil e hashtags (#) a fim de taguear o conteúdo. Também a localização do usuário é um campo de livre preenchimento, que pode se referir a localizações reais ou fictícias.

Considerando isso, a BIO permite que os “seguidores” e os “seguindo” possam ser categorizados e classificados de acordo com a sua autodescrição, o que possibilita a análise e identificação da comunidade do perfil do usuário e a caracterização da sua bolha social. No contexto acadêmico, essa caracterização permite que o pesquisador, instituição, periódico conheça, em linhas gerais, identificar o alcance social do seu conteúdo.

Destacam-se, ainda, nas MS os tipos de interação presentes no microblog - curtidas, comentários, compartilhamentos – como importante fonte de informação. Eles se desdobram em dois tipos: compartilhamento direto; compartilhamento com a opção de fazer um comentário junto. Ainda, quando um usuário faz um compartilhamento direto, todas as outras interações recebidas ficam na página do usuário criador da postagem. Por outro lado, quando o compartilhamento é feito com um comentário, as interações ficam registradas no perfil de quem compartilhou.

Ressalta-se também que, apesar da grande quantidade de estudos altimétricos presentes na literatura internacional e nacional, destaca-se a ausência de estudos dedicados a analisar o perfil dos usuários que “seguem” e são seguidos por periódicos científicos. Estudos dessa natureza têm potencial de contribuição tanto metateórica como metodológica para a compreensão da conectividade de um periódico (principal canal de comunicação científica para a maioria das áreas) e a comunidade das mídias sociais.

3 Procedimentos metodológicos

Para alcançar o objetivo proposto, a presente pesquisa pode ser classificada como descritiva, de abordagem exploratória. Foram utilizados os dados dos periódicos no Twitter (X) no ano de 2021. Esclarece-se que a escolha do ano de 2021 decorre do fato de os dados desta pesquisa serem derivados da dissertação Delbianco (2022). Ressalta-se, todavia, que embora os dados sejam provenientes dessa dissertação, as análises desenvolvidas estão além daqueles presentes em Delbianco (2022). Além disso, a coleta foi realizada enquanto o acesso estava facilmente disponível a alguns dados da mídia social. A seleção dos periódicos decorreu dos seguintes critérios: ser revista brasileira da Ciência da Informação (CI) indexada na BRAPCI, estar classificada na avaliação do Qualis periódico da Capes (2013-2016) e ter perfil próprio ativo e com publicações recentes (dentro do período de 30 dias – 18/06/2021 a 18/07/2021) no Twitter (X).

Foram identificados 70 periódicos classificados como “Revistas Brasileiras” na base BRAPCI. Deles, 14 periódicos são classificados pela base como “Históricos” e 17 não foram classificados na avaliação do Qualis periódico da Capes (2013-2016), sendo assim desconsiderados na análise. Dos 39 periódicos restantes, 11 possuem perfil no Twitter (X), mas apenas 6 possuem perfil ativo na mídia social e fazem publicações.

Para compor o universo de análise, elegeram-se os periódicos cujos perfis atendiam as seguintes características: pelo menos 200 tweets feitos desde o ingresso, com tweets feitos nos últimos seis meses (janeiro/2021 a junho/2021). Considera-se que, com essas características, obtém-se um universo mais homogêneo de periódicos ativos na plataforma. Assim, o universo de análise foi composto pelos periódicos: P1) Acervo: Revista do Acervo Nacional (Qualis B2); P2) AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento (Qualis B2) e, P3) Ciência da Informação em Revista (CIEM) (Qualis B5). As revistas estão localizadas, respectivamente, no Rio de Janeiro/RJ, Curitiba/PR e Maceió/AL. No Quadro 1, estão as informações gerais dos periódicos no Twitter (X), atualizadas em fevereiro de 2022

Quadro 1*Informações gerais dos periódicos no Twitter (X)*

Id	Usuário @	Link	Ingresso	Seguidores	Seguindo	Tweets Feitos
P1	@RevistaAcervo	https://twitter.com/RevistaAcervo	fev/17	1.636	407	770
P2	@revistaatoz	https://twitter.com/revistaatoz	jan/11	275	113	534
P3	@ciemrevista	https://twitter.com/ciemrevista	mai/19	700	60	3.798

Nota. Fonte: Delbianco (2022). [Descrição do quadro] O quadro possui sete colunas com o identificador do periódico, usuário da revista, link do perfil, data de ingresso na mídia social, quantidade de seguidores, quantidade de seguindo e a quantidade de tweets feitos. Também possui três linhas, uma para cada periódico, o primeiro é a Revista Acervo, o segundo a revista AtoZ e o terceiro é a Ciência da Informação em Revista. [Fim da descrição].

A coleta de dados aconteceu de forma manual para os tweets e automatizada para os indicadores Seguidores e Seguindo. A identificação e categorização dos Seguidores/Seguindo de cada periódico foi realizada em fevereiro de 2022. Devido à quantidade elevada de perfis, 2.611 para “seguidores” e 580 para “seguindo”, foi necessário estabelecer um critério de seleção de usuários para a análise. Assim, a análise restringiu-se aos perfis que mais interagiram com as publicações nos últimos 6 meses, que seguiam ou eram seguidos pelos periódicos. Além disso, também foi preciso considerar a quantidade de tweets que os usuários interagiram, sendo selecionados de acordo com a menor distância em relação ao número total de perfis obtidos. A seleção dos perfis foi baseada na Lei do Elitismo, como mostra a Tabela 1.

Tabela 1*Lei do Elitismo para “seguidores” e “seguindo”*

	P1	P2	P3
Total de interações	1.579	531	139
Perfis únicos	765	207	87
Lei do elitismo	27,7	14,4	9,3
Perfis selecionados	23	12	7

Nota. Fonte: Delbianco (2022). [Descrição da tabela] A tabela um apresenta três colunas, uma para cada revista. E apresenta quatro linhas uma para o total de interações, uma para a quantidade de perfis únicos, uma para a quantidade de perfis aplicando a lei do elitismo e a última para a quantidade de perfis selecionados. [Fim da descrição].

Com base na pesquisa de Haustein e Costas (2015) e Araújo (2018), os perfis foram categorizados pelo tipo de conta, sendo: individual, institucional e sem biografia (BIO). Na sequência, os perfis foram classificados de acordo com o conteúdo da BIO. É importante destacar que, nessa etapa, pode acontecer de: um usuário ter dupla classificação, não apresentar BIO, ou ter, mas não estar voltada para a ciência, sendo neste caso, qualificado como “outros”. Além disso, foram consideradas para as análises, os recursos utilizados na BIO e a localização geográfica autodeclarada pelos usuários.

A construção dos quadros com os agrupamentos das classificações e das localizações dos perfis em função das similaridades de interação com os periódicos analisados utilizou a análise estatística multivariada de cluster, para indicadores quantitativos discretos (contagem), com método de agrupamento de Ward e medida de distância qui-quadrado, via software SPSS.

4 Resultados e Discussão

Foram analisadas 843 postagens, sendo 204 postagens de P1, 59 postagens de P2 e 580 postagens de P3, identificadas no período de seis meses. Quanto aos perfis que interagiram com as postagens, foram contabilizados: 1.579 usuários para P1, sendo 765 usuários únicos; 531 usuários para P2, sendo 207 usuários únicos; 139 usuários para P3, sendo 87 usuários únicos.

Na análise, foram avaliados os perfis que mais interagiram com as publicações, totalizando 42 usuários, sendo: P1=23 usuários com interação em pelo menos seis tweets diferentes, P2=12 usuários com interação em pelo menos sete tweets e P3=7 usuários com interação em pelo menos três tweets. Desses, 25 seguem os periódicos, 16 seguem e são seguidos pelos periódicos e 1 usuário é seguido pelo periódico. O Quadro 2 apresenta a lista com os 42 usuários.

Destaca-se que, dentre os usuários que mais interagiram com o P1, está a própria instituição do Arquivo Nacional. Já em relação ao P2, estão o Programa de Pós-Graduação em CI da UFPR e três editoras do periódico em 2022, @paulacarina, @jeni_grieger e @carmemk2. Por fim, para P3, está o @Lab_iMetrics da UFAL. Identificou-se, ainda, que P1 está entre os perfis que mais interagiram com P2, mas a recíproca não ocorreu. Salienta-se que dois perfis, destacados em laranja no Quadro 2, apareceram em mais de um periódico: @arq_csouza (P1 e P2) e @Kleberkafka1 (P2 e P3).

Quadro 2

Relação dos 42 usuários com maior interação com as postagens dos periódicos

P1	P2	P3
@_obuscas	@arq_csouza	@gparqcoinfo
@alangualberto	@BiblioRB	@Kleberkafka1
@amaralalexandro	@carmemk2	@Lab_iMetrics
@arq_csouza	@jeni_grieger	@leticialves
@ArquivoBrasil	@karolbraun	@patriciaipedri
@BibliotecaIF	@Kleberkafka1	@ROSEMEI30899556
@bibliotecaippur	@maateusreboucas	@sigaoalexandre
@Brcsoares	@paulacarina	
@CaetanoCosta15	@PPGGI_UFPR	
@Caiobarbo	@RevistaAcervo	
@CarolinaAS2	@revistasufg	
@CorreaMaLeticia		@vmkern
@critica_revista		
@fcshrossio		
@Finep		
@GilbertoHochman		
@glaucioddias		
@LuizSalgado77		
@MundosTrabalho		
@MuseuAstronomia		
@NeideSordi		
@silviotamaso		
@tatichates		

Nota. Fonte: Delbianco (2022). [Descrição do quadro] O quadro dois apresenta três colunas uma para cada periódico e para cada um há a relação dos usuários com maior interação nas postagens. [Fim da descrição].

Os usuários foram categorizados de duas formas, sendo a primeira por tipo de perfil, resultando em: a) Individual: 25 perfis; b) Institucional: 14 perfis e, c) Sem BIO: 3 perfis. A segunda foi com base na BIO. Destaca-se que os perfis que apareceram, na listagem de maior interação, em dois periódicos diferentes foram considerados apenas uma vez para os resultados de classificação e qualificação, assim totalizaram 40 perfis e não 42 (Quadro 3).

Esclarece-se que os perfis poderiam se enquadrar em duas ou mais categorias. Essa característica ocorreu com cinco perfis: dois perfis classificados como “Bibliotecário(a) e Pós-graduando”; um como “Docente Universitário e Editor(a) de periódico”; um como “Pós-graduando e Editor(a) de periódico”, e um como “Bibliotecário(a) / Arquivista e Pós-graduando”. Desse modo, esses perfis foram contabilizados em todas as qualificações, totalizando 46 perfis no Quadro 3. Além disso, é importante mencionar que as classificações “Docente” e “Docente Universitário”, assim como “Laboratório de Pesquisa” e “Grupo de Pesquisa” podem apresentar similaridade, sendo possível agrupá-las em uma única qualificação, como: “Docente” e “Grupo de Pesquisa”. No entanto, optou-se por deixá-los separados, mantendo a classificação fiel à autodeclaração do indivíduo.

Observa-se que os perfis estão concentrados em “Pós-graduando(a)” e “Outros”, com seis perfis cada, seguidos por “Bibliotecário(a)” com cinco perfis e “Docentes Universitários” com quatro perfis. Assim, a maioria dos usuários - 77% (31 perfis) - está inserida no universo científico, com 18 deles na própria área da CI. Além disso, salienta-se o fato de perfis classificados como “Sem BIO” e “Outros” podem também estar vinculados com a comunidade científica, mas optaram por não focar, ou limitar a esse aspecto, no perfil.

A partir do Quadro 3, observa-se ainda que alunos de pós-graduação e bibliotecários são usuários com as interações mais assíduas com os três periódicos analisados, em especial com P2 e P3. Por outro lado, há perfis com interação com um único periódico. Instituições arquivística e de pesquisa, assim como pesquisadores, arquivista e discente de graduação são perfis com interação constante unicamente com P1. Perfis institucionais associados ao âmbito de periódicos – editores, periódico científico, portal – têm interação recorrente com P2 e grupo e laboratório de pesquisa somente com P3. Ainda, perfis institucionais de bibliotecas e periódico científico e individual de docente de universidade estão em constante interação com P1 e P2, mas não se observa este fenômeno em relação a P3. Esses resultados são condizentes com o escopo de atuação científico e social dos periódicos analisados, dado o fato de P1 ser um periódico do Arquivo Nacional, dedicado às áreas de Arquivologia e História, ao passo que P2 e P3 periódicos com escopo na Biblioteconomia e Ciência da Informação.

Quadro 3

Qualificação dos perfis dos periódicos P1, P2, P3

Perfil na BIO	P1	P2	P3
Pós-graduando(a)	1	2	3
Bibliotecário(a)	1	2	2
Instituição: Arquivo	1	-	-
Instituição: Pesquisa	3	-	-
Arquivista	1	-	-
Docente	1	-	-
Discente de Graduação	2	-	-
Pesquisador(a)	2	-	-
Instituição: Biblioteca	2	1	-
Periódico Científico	2	1	-
Docente Universitário	1	3	-
Portal de Periódicos	-	1	-
Programa de Pós-Graduação	-	1	-
Editor de Periódico	-	2	-
Grupo de Pesquisa	-	-	1
Laboratório de Pesquisas	-	-	1
Outros	5	-	1
Sem BIO	3	-	-
Total	25	13	8

Nota. Fonte: Adaptado de Delbianco (2022). [Descrição do quadro] O quadro três possui quatro colunas, a primeira é para o perfil da biografia dos usuários e estão listadas dezoito qualificações e a última linha é para o total. As outras três colunas são uma para cada periódico e nas linhas a quantidade de perfis que possuem as qualificações listadas. [Fim da descrição].

Observa-se, também, que o periódico P1 é aquele com maior dispersão de perfis autodeclarados na BIO, uma vez que dos 16 perfis presentes no Quadro 3, 11 (69%) perfis estão associados a P1, além de BIOS com outras classificações e, também, sem BIO. Por outro lado, o periódico P3 configura aquele com menos dispersão no tipo de perfil presente na BIO, com 4 (25%) classificações de perfis entre os 16 com interação recorrente com suas postagens.

Nicholas et al. (2016) e Grácio et al. (2023) identificaram que, no contexto dos pesquisadores, os indicadores seguidores/seguindo auxiliam na medição da influência e do impacto social. Expandindo essa compreensão, para

o nível meso de agregação (periódicos), considera-se que esses indicadores também podem auxiliar na identificação e medição da influência na comunidade e seu impacto social.

Portanto, observou-se que a maioria dos usuários que interagem com as postagens dos periódicos analisados, que seguem ou que são seguidos por eles, fazem parte da comunidade científica. Desse modo, a visibilidade e impacto das postagens desses periódicos não estão alcançando a comunidade para além do contexto científico.

Além de classificar os perfis, também foi possível analisar os recursos utilizados na BIO, como *emoji*, *hashtag (#)*, menções e links. Dos 42 perfis, dois utilizaram o *link*, três usaram os *emojis*, sete fizeram uso das *hashtags (#)* e 12 fizeram alguma menção no BIO do perfil. O Quadro 4 apresenta os usuários divididos por periódicos que fizeram uso de algum dos recursos mencionados, destacando que os perfis em laranja são os perfis que apareceram na lista de dois dos periódicos, conforme apontado no Quadro 2.

Pode-se ser visto que de todos os 19 usuários (em que dois usuários que se repetem considerados uma única vez) que fizeram uso de algum recurso, 11 fizeram menção, sendo este o recurso mais utilizado. Destaca-se que para a contagem individual dos recursos, os dois usuários que se repetem foram considerados duas vezes, visto que esse momento da análise está dividido por periódico. Dos 23 usuários analisados de P1, 10 utilizaram algum recurso na BIO e um usuário, @caiobarbo, fez uso de mais de um recurso, sendo “*hashtag (#) + menção*”, mas nenhum utilizou o “*link*”. Já dos 12 usuários analisados no P2, mais da metade (7) fizeram uso de algum recurso, sendo que foi o único periódico que teve ocorrência nos quatro tipos de recursos, além disso dois usuários @karolbraum e @paulacarina, fizeram uso de mais de um dos recursos, sendo eles, “*emoji + hashtag (#)*”, “*hashtag (#) + menção*”, respectivamente. Por fim, dos sete usuários analisados no P3, quatro deles utilizaram recursos em suas BIO, contudo, nenhum deles utilizou “*emoji*”.

Quadro 4

Recursos usados na BIO por periódico (P1, P2, P3)

Periódico	Link	Emoji	Hashtag (#)	Menção
P1		@glaucioddias	@bibliotecaippur	@arq_csouza
		@LuizSalgado77	@Caiobarbo	@CaetanoCosta15
			@CarolinaAS2	@Caiobarbo
				@CorreaMaLeticia
				@Finep
				@silviotamaso
P2	@carmemk2	@karolbraun	@karolbraun	@arq_csouza
			@Kleberkafka1	@jeni_grieger
			@paulacarina	@paulacarina
				@vmkern
P3	@Lab_iMetrics		@Kleberkafka1	@Lab_iMetrics
				@sigaoalexandre

Nota. Fonte: Adaptado de Delbianco (2022). [Descrição do quadro] O quadro quatro é para apresentar os recursos utilizados na biografia dos usuários analisados. Ele possui cinco colunas, a primeira é para identificar o periódico, a segunda para o recurso link, a terceira para emoji, a quarta para as hashtags e a quinta para as menções. O primeiro periódico apresenta seis linhas, o segundo quatro e o último duas linhas. [Fim da descrição].

Presume-se que o alto número de usuários que fazem menção na BIO pode se dar ao fato deles estarem marcando, por exemplo, as instituições as quais estão vinculados ou algum projeto pessoal. Já o uso de *hashtags (#)* pode estar atrelado com assuntos específicos, como por exemplo os temas de pesquisas. O uso de *link*, por sua vez, facilita o acesso à uma página específica, como por exemplo, a página de um laboratório de pesquisa (@Lab_iMetrics) ou ao currículo profissional (@carmemk2). Por fim os emojis podem auxiliar no processo de visualização e decoração da BIO.

Outro dado que também pôde ser analisado foi a localização dos perfis. Salienta-se que pelo fato de a localização não ser um recurso obrigatório, nem sempre está adicionada com precisão, além de poder ser preenchido com qualquer tipo de informação, como localizações fictícias.

A Figura 1 apresenta o mapa do Brasil com a localização autodeclarada nos perfis com maior interação com os periódicos analisados, em que se observa que os principais interlocutores desses periódicos estão distribuídos por 11 estados brasileiros, com as regiões Sudeste (SE), Sul (S) e Nordeste (NE) concentrando a maioria dos perfis. Esse resultado vai ao encontro da localização dos periódicos – P1 (SE), P2 (S) e P3 (NE), o que evidencia uma regionalização da inserção do conhecimento e informação disseminados pelos periódicos no Twitter (X).

O Quadro 5 apresenta o detalhadamento da localização dos perfis em relação aos periódicos analisados. Salienta-se que um dos perfis teve dupla localização - Rio de Janeiro e Curitiba -, sendo para ele considerados os dois locais. Assim, para esta análise, totalizaram-se 43 perfis. Ainda, localizações sem precisão foram classificadas como “outros” e perfis sem localização como “sem local”. Esclarece-se que as quantidades registradas com o asterisco (*) dizem respeito às localizações dos dois perfis que interagiram com mais de um periódico, conforme apresentado no Quadro 2.

Figura 1

Localização autodeclarada dos perfis analisados



Nota. Fonte: Adaptado de Delbianco (2022). [Descrição da imagem] Figura quadrada horizontal que mostra o mapa da América Latina, com foco no Brasil e apresenta o nome de todos os estados. O fundo do mapa é azul, para representar o oceano. No mapa há marcações coloridas e um número, que representam localizações declaradas e identificadas na biografia dos usuários analisados: Vermelho escuro é Alagoas e o número que aparece é o quatro; Azul claro a Bahia e o número é o dois; Azul escuro é o Brasil e o número é o sete; Laranja é o Ceará com o numero um; Amarelo é Goiás e o número é um; Preto é o Maranhão e o número é o um; Verde escuro é Minas Gerais e o número é um; Verde claro é o Pará e o número é o um; Laranja claro é o Rio de Janeiro e o número é o oito; Roxo claro é Santa Catarina e o número é um; Roxo escuro é São Paulo e o número é um; Laranja escuro é o Paraná e o número é quatro [Fim da descrição].

Nota-se que a maior concentração está no estado do Rio de Janeiro com nove ocorrências, seguido do Brasil com sete ocorrências e a classificação “sem local” com alta incidência se comparada com as demais.

A partir do Quadro 5, observa-se que os nove perfis autodeclarados localizados no Rio de Janeiro (cluster C1) interagiram somente com P1 e P2, sendo majoritariamente com P1 (67%). Os cinco perfis autodeclarados que

compõem o agrupamento C2, formado pelos estados da Bahia, São Paulo, Minas Gerais e Maranhão, interagiram somente com P1. Por outro lado, os seis perfis de C3, localizados no Paraná, Santa Catarina e Ceará, interagiram somente com P2. Os perfis componentes de C4, localizados em Alagoas, Pará e Goiás, interagiram majoritariamente com P3. Considera-se relevante destacar que este agrupamento configura aquele que, com exceção de um perfil sem classificação de localização específica no Brasil, reúne os estados brasileiros com interação com P3. Perfis pertencentes ao cluster C5 (sem localização autodeclarada específica no Brasil) apresentam interação distribuída entre os três periódicos.

A maior ocorrência de interação com o periódico P1 foi do Rio de Janeiro, estado ao qual está vinculada a instituição mantenedora de P1. Este periódico mantém ainda interação intensa com perfis da região NE e SE. Por outro lado, não há perfis com localização nas regiões Sul e CO com interação recorrente com P1.

O periódico P2, por sua vez, está situado em Curitiba/PR, na região Sul, estado com maior número de perfis com interação recorrente com o periódico. Além disso, destaca-se o fato de perfis de outro estado da região Sul também aparecerem como a localização de interação assídua com o periódico P2. Este periódico tem ainda uma interação intensa com perfis localizados no Estado do Rio de Janeiro. Por outro lado, não há perfis das regiões N e NE com interação recorrente com P2.

Quadro 5

Localização autodeclarada dos perfis

Cluster	Localização	P1	P2	P3	Total
C1	Rio de Janeiro	6	3*	-	9
	Bahia	2	-	-	2
C2	São Paulo	1	-	-	1
	Minas Gerais	1	-	-	1
	Maranhão	1	-	-	1
	Paraná	-	4	-	4
C3	Santa Catarina	-	1	-	1
	Ceará	-	1	-	1
	Alagoas	-	-	4	4
C4	Pará	1	-	1	2
	Goiás	-	1	1*	1
	Brasil	4	2	1	7
C5	Outros	3	-	-	3
	Sem local	4	1	-	5

Nota. Os números com asterisco (*) foram considerados os dois perfis que apareceram em mais de uma revista. Fonte: Elaborado pela autora. [Descrição do quadro] O quadro cinco é referente a localização dos perfis e possui seis colunas. A primeira coluna é para a identificação do cluster, a segunda para a localização, a terceira para o primeiro periódico, a quarta para o segundo periódico, a quinta para o terceiro periódico e a última para o total. O cluster um apresenta uma linha, o cluster dois quatro linhas, o cluster três, quatro e cinco paresentam três linhas cada um. [Fim da descrição].

O periódico P3, vinculado a uma universidade pública (UFAL) em Maceió/AL, região NE, concentra sua interação mais assídua com perfis do próprio estado, mas também com perfis da região CO (Goiás) e N (Pará). Por outro lado, não se observou interação recorrente com perfis das regiões S e SE.

5 Conclusões

Os resultados mostraram que, nos três periódicos, a maioria dos perfis de intensa interação com as postagens está relacionada à esfera científica, o que pode ser um indicativo de que essa atividade não está conseguindo atingir a comunidade para além do meio científico. Ademais, embora tenham sido observados dois usuários em

comum entre os periódicos, há baixa convergência entre os perfis, o que evidencia comunidades científicas distintas sendo por eles alcançadas. Dentre os fatores para essa baixa co-ocorrência de usuários, apontam-se: público-alvo de cada revista, tipo de conteúdo gerado, região e instituição sede do periódico.

Embora seja abordada na literatura a necessidade de ampliação da divulgação das publicações para além da esfera da comunidade acadêmica, notou-se que, de forma geral, isso ainda não acontece de forma satisfatória nos periódicos da CI, representados pelos três analisados. Alguns dos fatores que podem interferir estão as estratégias de *marketing* e o conteúdo das postagens, além daqueles mais subjetivos, como o círculo social de cada um dos usuários que interagem com as publicações, isso porque a interação com uma postagem pode ser mostrada no feed de seus seguidores, além do próprio interesse da comunidade externa pelo conteúdo divulgado.

Ainda, os usuários fazem uso dos recursos disponibilizados pela plataforma e isso pode auxiliar de alguma forma na divulgação do seu trabalho e pesquisa, o recurso mais utilizado é a menção, que nesse caso, cita outro perfil que está vinculado com o usuário. Além disso, foram apresentadas as informações relacionadas com o contexto geográfico, e apesar de, nem todos os usuários preencherem o campo ou preencherem com alguma informação de cidade/estado/país, notou-se que os usuários que mais interagiram com os periódicos, geralmente estão concentrados no estado o qual o periódico pertence, evidenciando uma regionalidade da inserção e repercussão das postagens desses periódicos.

Como limitação da pesquisa, entende-se que ao lidar com mídias sociais, como o Twitter (X), as informações podem ser alteradas instantaneamente. Reconhece-se que a análise das BIOs - categorização por tipo e a qualificação dos perfis – é um processo subjetivo, que depende da interpretação do responsável pelo estudo. Considerando o objetivo da pesquisa de caracterizar os usuários presentes nos indicadores “seguidores” e os “seguindo” dos periódicos brasileiros de Ciência da Informação, o critério adotado - seguidor ou seguido - configura uma limitação quanto à amplitude da audiência dos periódicos. Além disso, destaca-se que o corpus utilizado na análise foi pequeno devido ao fato da pouca aderência por parte das revistas científicas ao X para a divulgação e interação com a comunidade. Ainda, também evidencia que há o fator relacionado com o recorte temporal utilizado no Twitter (X).

Outro ponto é que, a falta de estudos trabalhando com essa temática e metodologia pode influenciar na análise comparativa da presente pesquisa. Nesse sentido, novos estudos destinados a caracterizar a audiência da dos periódicos podem ser desenvolvidos e comparados com o presente estudo, a fim de avaliar a expectativa de extrapolarem o meio científico.

Referências

- Araújo, R. F. (2018). Altmetria e rede de comunidades de atenção no Twitter: primeiros passos de uma proposta teórico-metodológica. In *Anais do 19º Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação* (pp. 4251-4269). <http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XIXENANCIB/xixenancib/paper/view/1489>
- Araújo, R. F. (2014). Ciência 2.0 e a Presença online de pesquisadores: visibilidade e impacto. *Ciência da Informação em Revista*, 1, 32-40. <https://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/1608/1192>
- Curty, R. G., & Delbianco, N. R. (2020). As diferentes metrias dos estudos métricos da informação: evolução epistemológica, inter-relações e representações. *Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 25, 1-21. <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2020.e74593>
- Delbianco, N. R. (2022). *A comunicação científica no Twitter: um estudo altmétrico com periódicos brasileiros da ciência da informação* [Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Paulista]. Repositório da Universidade Estadual Paulista <http://hdl.handle.net/11449/235088>
- Díaz-Faes, A. A., Bowman, T. D., & Costas, R. (2019). Towards a second generation of ‘social media metrics’: Characterizing Twitter communities of attention around science. *Plos One*, 14(5), 1-18. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0216408>

- Directlabs. (2009). *FAQ sobre mídias sociais* (White Paper #1). <https://pt.slideshare.net/directlabs/faq-mídias-sociais-direct-labs>
- Ferreira, M. R., Mongeon, P., & Costas, R. (2021). Large-scale comparison of authorship, citations, and tweets of Web of Science authors. *Journal of Altmetrics*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.29024/joa.38>
- Grácio, M. C. C., Delbianco, N. R., Rosas, F. S., & Perianes-Rodríguez, A. (2023). Co-follower metric on academic-social media ResearchGate: Similarities between Derek de Solla Price Memorial Medal winners. *Scientometrics*, 128(10), 5545–5569. <https://doi.org/10.1007/s11192-023-04793-4>
- Haustein, S. (2018). Scholarly Twitter metrics. In W. Glänzel, H. F. Moed, U. Schmoch, & M. Thelwall (Eds.), *Springer Handbook of Science and Technology Indicators* (pp. 729–760). Springer. <https://arxiv.org/abs/1806.02201>
- Haustein, S., & Costas, R. (2015, November 7). *Identifying Twitter audiences: Who is tweeting about scientific papers?* [PowerPoint slides]. SlideShare. <https://pt.slideshare.net/StefanieHaustein/identifying-twitter-audiences-who-is-tweeting-about-scientific-papers>
- Jesus, A. (2012). *A evolução da plataforma do Twitter em imagens e vídeos*. Techtudo. <https://www.techtudo.com.br/noticias/2012/03/evolucao-da-plataforma-do-twitter-em-imagens-e-videos.ghtml>
- Kemp, S. (2025). Digital 2025: your ultimate guide to the evolving digital world. *We are Social*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2025/02/digital-2025/>
- Macedo, T. M. (2014). *Métricas de marketing digital e sua aplicação na gestão das ações de marketing das organizações: Estudo de casos múltiplos* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Repositório Digital da Universidade Federal do Rio Grande do Sul <http://hdl.handle.net/10183/101499>
- Martín-Martín, A., Orduña-Malea, E., & López-Cózar, E. D. (2018). Author-level metrics in the new academic profile platforms: The online behaviour of the bibliometrics community. *Journal of Informetrics*, 12(2), 494–509. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2018.04.001>
- Nicholas, D., Clark, D., & Herman, E. (2016). ResearchGate: Reputation uncovered. *Learned Publishing*, 29(3), 173–182. <https://doi.org/10.1002/leap.1035>
- Orduña-Malea, E., Martín-Martín, A., & López-Cózar, E. D. (2016). The next bibliometrics: ALMetrics (Author Level Metrics) and the multiple faces of author impact. *El Profesional de la Información*, 25(3), 485–496. <https://doi.org/10.3145/EPI>
- Recuero, R. (2014). Curtir, compartilhar, comentar: Trabalho de face, conversão e redes sociais no Facebook. *Verso e Reverso*, 28(68), 117–127. <https://doi.org/10.4013/ver.2014.28.68.06>
- SciELO em Perspectiva. (2024). *Sobre*. <https://blog.scielo.org/>
- Silva, I. O., & Gouveia, F. C. (2021). Engajamento informacional nas redes sociais: Como calcular? *AtoZ: Novas Práticas em Informação e Conhecimento*, 10(1), 94–102. <https://doi.org/10.5380/atoz.v10i1.76633>
- Souza, I. V. P., & Almeida, C. H. M. (2013). Introdução à Altmetria: Métricas alternativas da comunicação científica. In *Anais do 14º Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação* (pp. 1–10). <http://enancib2013.ufsc.br/index.php/enancib2013/XIVenancib/paper/viewFile/252/289>
- X. (2024). *About*. <https://about.x.com/pt>

Dados de publicação

Natalia Rodrigues Delbianco

Mestre

Universidade Estadual Paulista, Departamento de Ciência da Informação, Marília, SP, Brasil

natalia.delbianco@unesp.br

<https://orcid.org/0000-0002-0723-2379>

Doutoranda em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Mestra em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP) de Marília/SP. Bacharel em Biblioteconomia pela Universidade Estadual de Londrina (UEL), Londrina/PR. Atualmente trabalha com Altmetria, Mídias Sociais e Comunicação Científica.

Maria Cláudia Cabrini Grácio

Doutora

Universidade Estadual Paulista, Departamento de Ciência da Informação, Marília, SP, Brasil

cabrini.gracio@unesp.br

<https://orcid.org/0000-0002-8003-0386>

Professora Permanente do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação (PPGCI) - UNESP. Doutora em Lógica pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Mestra em Estatística pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Bacharel em Estatística (1986) pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).

Originalidade

O presente trabalho foi elaborado a partir da dissertação da primeira autora.

Preprint

Não aplicável.

Informações sobre o trabalho

Este artigo foi apresentado no 9º Encontro Brasileiro de Bibliometria e Cientometria (EBBC 2024).

Agradecimentos

Não aplicável.

Contribuição dos autores

Concepção e preparação do manuscrito: N. R. Delbianco, M. C. C. Grácio

Coleta de dados: N. R. Delbianco

Discussão dos resultados: N. R. Delbianco, M. C. C. Grácio

Revisão e aprovação: N. R. Delbianco, M. C. C. Grácio

Uso de inteligência artificial

Não aplicável.

Financiamento

Esta pesquisa foi financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), N.R.D. nº 88887.830985/2023-00. E pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), M. C. C. G. nº 310785/2021-9.

Permissão para usar imagens

Não aplicável.

Aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa

Não aplicável.

Conflito de interesses

Não aplicável.

Declaração de disponibilidade de dados

O conjunto completo de dados que respaldam os resultados deste estudo está incluído no corpo do artigo.

Licença de uso

Os autores concedem à Biblios direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob uma Licença Creative Commons Atribuição (CC BY) 4.0 Internacional. Esta licença permite que terceiros remixem, adaptem e desenvolvam o trabalho publicado, dando os devidos créditos pela autoria e publicação inicial neste periódico. Os autores estão autorizados a firmar acordos adicionais separados para distribuição não exclusiva da versão publicada do trabalho no periódico (por exemplo, publicação em um repositório institucional, em um site pessoal, publicação de uma tradução ou como um capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico.

Editor

Publicado pelo Sistema de Bibliotecas Universitárias da Universidade de Pittsburgh. Responsabilidade compartilhada com universidades parceiras. As ideias expressas neste artigo são dos autores e não representam necessariamente as opiniões dos editores ou da universidade.

Editores

João de Melo Maricato, Janicy Aparecida Pereira Rocha e Lúcia da Silveira

Histórico

Recebido: 15-09-2024 - Aprovado: 08-08-2025 - Publicado em: 17-10-2025



The articles in this journal are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 United States License.



This journal is published by [Pitt Open Library Publishing](#).