



Eixo 6 – Gestão e liderança em movimento

Modalidade: trabalho completo

Análise do desempenho da revista científica Educação & Realidade no Facebook

Analysis of the Performance of the Journal Educação&Realidade on Facebook

Anne Krummenauer – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Nicole Tirello Acquolini – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Samile Andréa de Souza Vanz – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Resumo: O estudo objetiva conhecer os resultados alcançados pela revista Educação & Realidade no Facebook. De natureza quali-quantitativa, a pesquisa é definida como estudo de caso e do tipo documental. Coletaram-se os dados de data, categoria temática, tipologia de recursos e quantidade de menções em relação às postagens, assim como dados de localização geográfica e classificação dos perfis que interagiram com a revista. Conclui-se que a revista tem potencial para melhorar seu desempenho no Facebook ao manter um cronograma de postagens constante, além de ampliar a responsividade aos comentários dos seguidores.

Palavras-chave: Periódicos científicos. Marketing. Redes sociais online. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Abstract: The study aims to understand the results achieved by the journal *Educação&Realidade* on Facebook. With a qualitative-quantitative nature, the research is defined as a case study and documentary type. Data were collected on date, thematic category, types of resources, and the number of mentions related to posts, as well as geographical location and classification of profiles that interacted with the journal. It is concluded that the journal has the potential to improve its performance on Facebook by maintaining a consistent posting schedule and increasing responsiveness to follower comments.

Keywords: Journals. Marketing. Social media. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.



1 INTRODUÇÃO

As bibliotecas universitárias registraram alterações significativas nas últimas duas décadas, provocadas, em parte, pela explosão informacional e pelo avanço tecnológico, pelo surgimento da Internet e pela facilidade de acesso à informação no contexto digital, entre outros fatores (Vanz; Santin; Pavão, 2018). A pandemia do COVID foi um marco importante para o ensino a distância, estabeleceu novas rotinas e protocolos, e intensificou a demanda por serviços nas bibliotecas universitárias. Esse cenário exige do bibliotecário acadêmico aprimorar competências e, entre elas, a atuação em equipes editoriais de revistas científicas tem sido apontada por vários autores.

Essas novas competências exigem profissionais com conhecimento especializado, especialmente em relação ao armazenamento, recuperação e preservação da informação na internet (Santa Anna, 2019), funções tradicionalmente vinculadas à biblioteconomia e aos bibliotecários. Além disso, no contexto da sociedade da informação e do avanço das tecnologias de informação e comunicação (TICs), é essencial que esses profissionais também possuam habilidades em disseminação e divulgação de conteúdo online, a fim de adaptar e ressignificar a profissão em tempos da era digital, onde o papel não é mais o protagonista (Silveira, 2014).

Grande parte das revistas científicas brasileiras são publicadas dentro das universidades, por equipes compostas por diversos profissionais. O processo editorial tradicional vem sendo ampliado a partir de inúmeras demandas, como a ampliação da visibilidade e a divulgação em redes sociais online. A presença nestas plataformas tornou-se uma tendência para as revistas científicas que tem por objetivo disseminar artigos e novas edições para atingir um público mais amplo do que o tradicional, formado por pesquisadores. Isso é evidenciado pela exigência feita pela *Scientific Electronic Library Online* (SciELO), de que portais e periódicos estabelecessem ações de marketing científico (Gulka; Lucas; Araújo, 2016). O uso de redes sociais públicas, como Facebook e X (anteriormente conhecido como Twitter), que já era recomendado desde 2014, passou a ser um critério para admissão e permanência na coleção do SciELO a partir de 2022 (SciELO, 2022).



A Educação & Realidade é uma publicação de excelência vinculada à Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e agregada ao Portal de Periódicos Científicos (PPCU) da instituição. Admitida na coleção da SciELO em 2013, seguiu as recomendações da biblioteca eletrônica e, em 2014, criou seu perfil no Facebook. Essa não foi a única adesão da Revista às redes sociais, tendo criado, também em 2014, um perfil no X e, mais recentemente, em 2019, um perfil no Instagram. Esses dez anos de atividade permitem que se questione: Quais são os resultados obtidos pela revista Educação & Realidade nas redes sociais? Quais apontamentos podem ser feitos para melhorar ou corrigir o desempenho da revista nas redes sociais?

Essa avaliação pode e deve ser feita através de métricas alternativas, ou altmétricas, que são aquelas que se concentram na medição do impacto no ambiente *online* e aliado da contagem de citações tradicionais (Alperin, 2013). As métricas alternativas podem considerar elementos como menções em redes sociais (Nascimento; Oddone, 2015), os quais aparecem na forma de compartilhamentos, *tweets* e *retweets*, curtidas, postagens e comentários e toda a sorte de informação científica que passa a ser referência para outras pessoas a partir do momento que tenha sido evidenciada (Vanti; Sanz-Casado, 2016).

Nesse contexto, o objetivo desta pesquisa é analisar os resultados alcançados pela revista Educação & Realidade no Facebook. A análise do desempenho no Facebook justifica-se por ser o primeiro perfil criado pela revista, e o que contempla a maior trajetória histórica. Foram delimitados dois objetivos específicos: 1) verificar os resultados alcançados através de métricas alternativas baseadas em marketing científico digital, quais sejam: frequência das postagens, engajamento recebido, categorização do conteúdo e tipologia dos recursos utilizados nas postagens; e 2) descrever os dez seguidores que mais interagiram com a revista em relação à localização geográfica e através da classificação dos perfis em social, acadêmico e institucional. As próximas seções apresentam os procedimentos metodológicos, os resultados e as conclusões da pesquisa.



2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Estudo de natureza quali-quantitativa, que insere-se, quanto ao método, como um estudo de caso, pois pretende investigar um fenômeno contemporâneo, qual seja, a presença da revista Educação & Realidade em uma rede social, em profundidade e no contexto real em que se desenvolve (Yin, 2015). Adicionalmente, a pesquisa é do tipo documental, pois buscam-se informações em *sites* e páginas disponíveis publicamente na *web*.

Para alcance do primeiro objetivo específico da pesquisa, foram coletados no perfil da Educação & Realidade no Facebook os seguintes dados referentes à cada postagem realizada desde a sua criação, em 2014: data de postagem; categoria temática; tipologia de recursos utilizados; quantidade de menções recebidas, as quais dividem-se em reações, compartilhamentos e comentários.

Para alcance do segundo objetivo específico da pesquisa, foram coletados os perfis responsáveis pelas interações e depois ranqueados conforme o número total de menções realizadas. Em relação aos dez perfis que mais interagiram, foram coletados os seguintes dados: nome do perfil; localização geográfica atribuída pela identificação de cidade, estado ou país de domicílio ou procedência do perfil; e profissão e/ou formação acadêmica. Nos perfis em que não havia informação de localização geográfica, formação acadêmica ou profissão, foram consideradas as postagens para inferência.

Após a coleta das informações, os perfis foram classificados em acadêmicos, sociais ou institucionais, utilizando-se os perfis adotados por Morandin e Vanz (2021) e que foram, por sua vez, baseados em Maricato e Lima (2017). O perfil acadêmico foi atribuído àqueles que estão inseridos no meio acadêmico, seja através de docência e de pesquisa em nível superior ou seja através do desenvolvimento de estudos acadêmicos na área de vinculação da revista, como a formação em pedagogia ou a realização de mestrado e doutorado em educação. Por sua vez, o perfil social foi atribuído aos seguidores que tenham demonstrado um perfil de estudo ou trabalho que não tenha relação com a área de educação. Já o perfil institucional foi atribuído aos perfis que se declaram uma entidade ou um coletivo, e não uma pessoa.

A coleta dos dados ocorreu durante o mês de maio de 2024 e o registro foi feito em planilhas no software Excel. Os resultados são apresentados na forma de gráficos, quadros e tabelas.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A Educação & Realidade foi criada em 1976 e se constituiu como uma revista de excelência na área de Educação, atestada pela sua classificação no estrato A1, o mais elevado da classificação Qualis Capes no quadriênio 2017-2020 (Capes, c2022). Passou a ser editada de forma contínua em volume único anual a partir de 2022 e aceita para publicação textos inéditos em português, espanhol ou inglês, a não ser quando são traduções de textos clássicos não disponíveis aos leitores do Brasil. Conta com uma equipe editorial formada por pesquisadores nacionais e internacionais e por três servidores técnicos-administrativos, dentre os quais, uma profissional bibliotecária.

O perfil da Educação & Realidade no Facebook foi criado em 9 de dezembro de 2014. Possuía, até o momento da coleta de dados, 2.037 seguidores e havia realizado 173 postagens, o que representa uma média de 1,4 postagens por mês. Na Tabela 1 apresenta-se o quantitativo de postagens por mês.

Tabela 1 - Quantidade de postagens feitas pelo perfil da revista Educação & Realidade no Facebook, de 2014 a 2024, com dados coletados em maio de 2024

| Ano | Jan. | Fev. | Mar. | Abr. | Mai | Jun. | Jul. | Ago. | Set. | Out. | Nov. | Dez. | Total ano |
|--------------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 2014 | - | - | - | - | - | - | - | - | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| 2015 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 0 | 3 | 0 | 0 | 2 | 1 | 4 | 19 |
| 2016 | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 0 | 12 |
| 2017 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 3 | 1 | 1 | 12 |
| 2018 | 0 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 4 | 5 | 1 | 18 |
| 2019 | 0 | 3 | 2 | 11 | 4 | 5 | 3 | 6 | 1 | 4 | 0 | 1 | 40 |
| 2020 | 0 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 9 | 0 | 0 | 13 |
| 2021 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 | 1 | 0 | 6 |
| 2022 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 2023 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 0 | 7 | 3 | 1 | 37 |
| 2024 | 0 | 0 | 1 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 |
| Total | 8 | 9 | 16 | 22 | 12 | 10 | 13 | 10 | 12 | 34 | 15 | 12 | 173 |

Fonte: dados da pesquisa, 2024.



Descrição: Tabela que apresenta a quantidade de postagens feitas pela revista Educação & Realidade por ano, em cada linha, e por mês, em cada coluna. À direita, apresenta-se o total anual de postagens e, abaixo, apresenta-se o total de postagens por mês.

Observa-se que em no mínimo um mês por ano não houve postagens, chegando-se a 47 (40,9%) meses em que não ocorreu atualização da página, do total de 115 meses de existência. Diante dessa inconsistência não cabe indicar frequência diária, semanal ou mensal de postagem. Em 13 ocasiões, a revista ficou sem nenhuma postagem no Facebook por períodos a partir de dois a seis meses e, em duas ocasiões, a ausência de atualizações ultrapassou seis meses.

Diversos fatores podem contribuir para essas interrupções nas atualizações do perfil do periódico, dentre os quais, pode-se citar: fechamento do ambiente de trabalho durante crises sanitárias e climáticas, sem que haja migração das atividades para o trabalho remoto; ausência ou descumprimento de um plano de marketing formal ou de um cronograma de postagens; alta rotatividade de bolsistas responsáveis pelo apoio editorial e/ou sobrecarga de trabalho dos editores, que acabam priorizando outras atividades em detrimento das redes sociais online. Apesar das situações de força maior, diversos autores indicam que os editores devem zelar pela observância de periodicidade e de frequência nas publicações em mídias sociais (Benchimol; Cerqueira; Papi, 2014, Araújo, 2018).

Períodos de inatividade, como os anteriormente citados, podem ser contraproducentes para o perfil nas redes sociais online de uma revista por ao menos dois motivos: primeiro porque, conforme Benchimol (2014), incidem no desperdício dos recursos financeiros e de força de trabalho investidos na criação e manutenção do perfil até então; segundo porque, para Araújo (2018), tais períodos podem sugerir aos seguidores o abandono da iniciativa por parte dos seus administradores.

As postagens da Educação & Realidade no Facebook acumularam, até a coleta de dados, 1.654 menções (Tabela 2), as quais dividiram-se entre 1.134 (68,6%) reações, 454 (27,4%) compartilhamentos e 66 (4,0%) comentários.

As reações apresentadas nas postagens da revista foram positivas em absoluto (“curti” e “amei”). Para Recuero (2014), o ato de “curtir” pode ser visto como uma forma de dar apoio e visibilidade à publicação, mas com o mínimo investimento por parte do ator que interage, ou seja, sem que seja preciso elaborar uma resposta. Por



outro lado, comentar compreende uma participação mais efetiva, ou seja, demanda maior engajamento do autor (Recuero, 2014), o que pode explicar porque essas foram menções menos observadas no perfil da Educação & Realidade, tendo ocorrido em 28 postagens (16,2% do total de postagens).

Tabela 2 - Quantidade de menções no perfil da revista Educação & Realidade no Facebook, de 2014 a 2024, com dados coletados em maio de 2024

| Ano | Postagens | Crescimento (%) | Menções | | | Total | Média de menções por postagem |
|--------------|------------|-----------------|--------------|-------------|-------------------|--------------|-------------------------------|
| | | | Reações | Comentários | Compartilhamentos | | |
| 2014 | 2 | - | 11 | 0 | 0 | 11 | 5,5 |
| 2015 | 19 | 850 | 134 | 11 | 42 | 187 | 9,8 |
| 2016 | 12 | -37 | 181 | 11 | 102 | 294 | 24,5 |
| 2017 | 12 | 0 | 68 | 0 | 17 | 85 | 7,1 |
| 2018 | 18 | 50 | 84 | 3 | 46 | 133 | 7,4 |
| 2019 | 40 | 122 | 492 | 29 | 186 | 707 | 17,7 |
| 2020 | 13 | -68 | 61 | 3 | 28 | 92 | 7,1 |
| 2021 | 6 | -54 | 21 | 0 | 10 | 31 | 5,2 |
| 2022 | 13 | 117 | 22 | 0 | 8 | 30 | 2,3 |
| 2023 | 37 | 185 | 56 | 9 | 12 | 77 | 2,1 |
| 2024 | 1 | - | 4 | 0 | 3 | 7 | 7,0 |
| Total | 173 | - | 1.134 | 66 | 454 | 1.654 | 9,6 |

Fonte: dados da pesquisa, 2024.

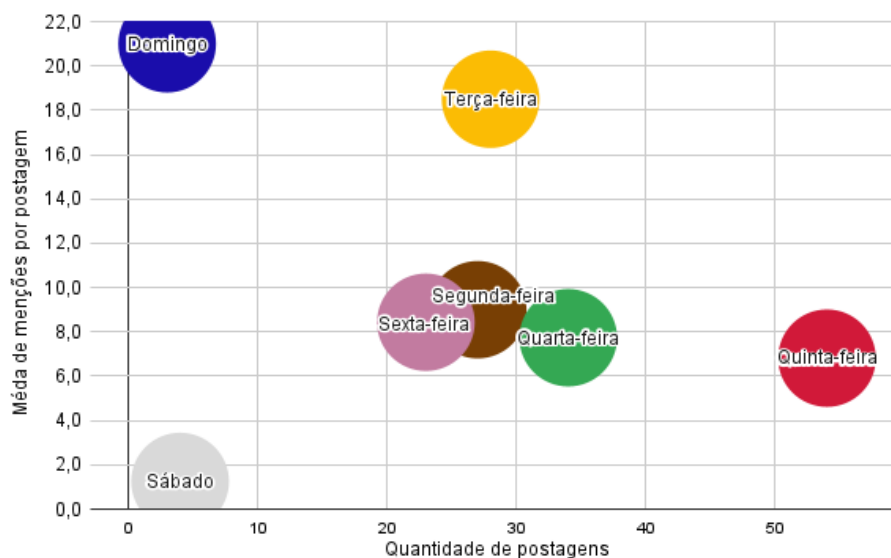
Descrição: Tabela que apresenta, por cada ano que corresponde a uma linha, a quantidade de postagens, o crescimento percentual do número de postagens em relação ao ano anterior e a quantidade de menções divididas em reações, comentários e compartilhamentos e o total de menções. À direita, apresenta-se a média de menções por postagem e, abaixo, o total de cada elemento nas colunas.

Notou-se o uso dos comentários pelos seguidores para marcar outros perfis de usuários possivelmente interessados no conteúdo da revista (27 comentários, 40,9% do total) e fazer perguntas (cinco comentários, 7,6% do total). Apenas em sete ocasiões o perfil da revista interagiu com os comentários recebidos, seja através de respostas (realizando, ela mesma, sete dos comentários contabilizados em postagens) ou reações (reagindo a cinco comentários, sendo que o total geral de reações a comentários não foram contabilizados na pesquisa). Araújo (2018) alerta que os ambientes de interação e colaboração demandam a atenção dos administradores para responder perguntas ou comentários de usuários sobre as publicações ou impressões

sobre a revista, nesse sentido, indica-se uma baixa responsividade por parte da Educação & Realidade no Facebook.

Na Figura 1 apresenta-se a distribuição das postagens por dia da semana e o engajamento recebido, em que pode observar-se a preferência pela postagem na quinta-feira e menor incidência nos finais de semana. Diante desses dados, o editor da revista pode, ao identificar os dias da semana nos quais os seguidores são mais propensos a interagir com as publicações, direcionar a eles o conteúdo mais relevante em busca de um retorno maior. Além disso, pode-se buscar estratégias para promover interações dos usuários em outros dias da semana.

Figura 1 - Matriz de engajamento das postagens do perfil da revista Educação & Realidade por dia da semana no Facebook



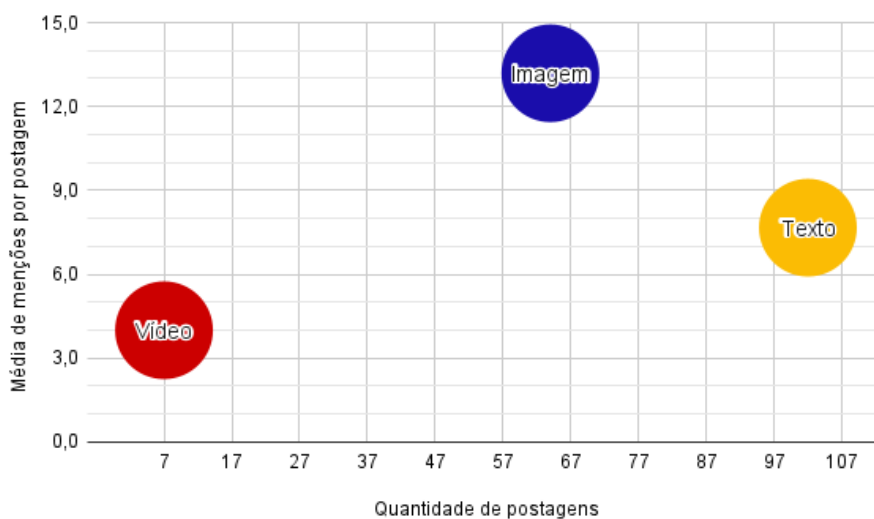
Fonte: dados da pesquisa, 2024.

Descrição: Gráfico que representa, no eixo vertical, a média de menções por postagem crescendo de baixo para cima e, no eixo horizontal, a quantidade de postagens, crescendo da esquerda para a direita. No gráfico, estão representados os dias da semana, sendo que o domingo corresponde a 3 postagens e média de 21,0 menções por postagem; a segunda-feira corresponde a 27 postagens e média de 9,0 menções por postagem; a terça-feira corresponde a 28 postagens e média de 18,5 menções por postagem; a quarta-feira corresponde a 34 postagens e média de 7,7 menções por postagem; a quinta-feira corresponde a 54 postagens e média de 6,8 menções por postagem; a sexta-feira corresponde a 23 postagens e média de 8,4 menções por postagem; e o sábado corresponde a 4 postagens e média de 1,3 menções por postagem.

No que diz respeito aos recursos utilizados, foram identificadas sete postagens (4,0%) que incluem vídeos, alguns com texto e outros sem; 64 postagens (37,0%) que incluem imagem, também com ou sem texto; e 102 (59,0%) postagens somente com texto, que podem conter links, menções a outros perfis e *hashtags*. Observou-se, conforme a Figura 2, que as publicações com imagem apresentaram uma média de engajamento maior, com 13,2 menções por postagem, enquanto as publicações em

texto e vídeo obtiveram médias de 7,7 e de 4,0 menções por postagem, respectivamente. Essa proeminência por imagens pode ser atribuída a distintos fatores, incluindo a facilidade de compartilhamento e a rápida visualização do conteúdo, algo característico da *web* (Acquolini, 2023).

Figura 2 - Matriz de em-gajamento por recurso utilizado nas postagens do perfil da Revista Educação & Realidade no Facebook



Fonte: dados da pesquisa, 2024.

Descrição: Gráfico que representa, no eixo vertical, a média de menções por postagem crescendo de baixo para cima e, no eixo horizontal, a quantidade de postagem, crescendo da esquerda para a direita.

No gráfico, estão representados os recursos utilizados nas postagens, sendo que o recurso vídeo corresponde a 7 postagens e média de 4,0 menções por postagem; o recurso imagem corresponde a 67 postagens e média de 13,2 menções por postagem; e o recurso texto corresponde a 102 postagens e média de 7,7 menções por postagem.

A figura 3 apresenta as postagens que mais mobilizaram algum tipo de interação com o público por tipo de recurso publicado. O vídeo com maior engajamento foi postado em 1º de abril de 2015 e recebeu 10 menções, sendo nove reações e um compartilhamento. Consiste de uma entrevista de 2 minutos e 25 segundos com uma aluna de graduação em pedagogia (Figura 3, letra a), a qual relata sobre como conheceu a revista e recomenda a leitura pela comunidade acadêmica. A imagem que teve maior engajamento em todo o período foi postada em 12 de abril de 2016 e refere-se ao lançamento do segundo número do volume 41 da revista (Figura 3, letra b), tendo alcançado 83 menções, divididas em 51 reações, dois comentários e 30 compartilhamentos. Já a postagem somente com texto com maior engajamento foi publicada em três de outubro de 2016 e recebeu 20 reações e 37 compartilhamentos, totalizando 57 menções. Trata-se da divulgação do quarto e último número da revista publicado em 2016 (Figura 3, letra c), com disponibilização de link para que os fãs

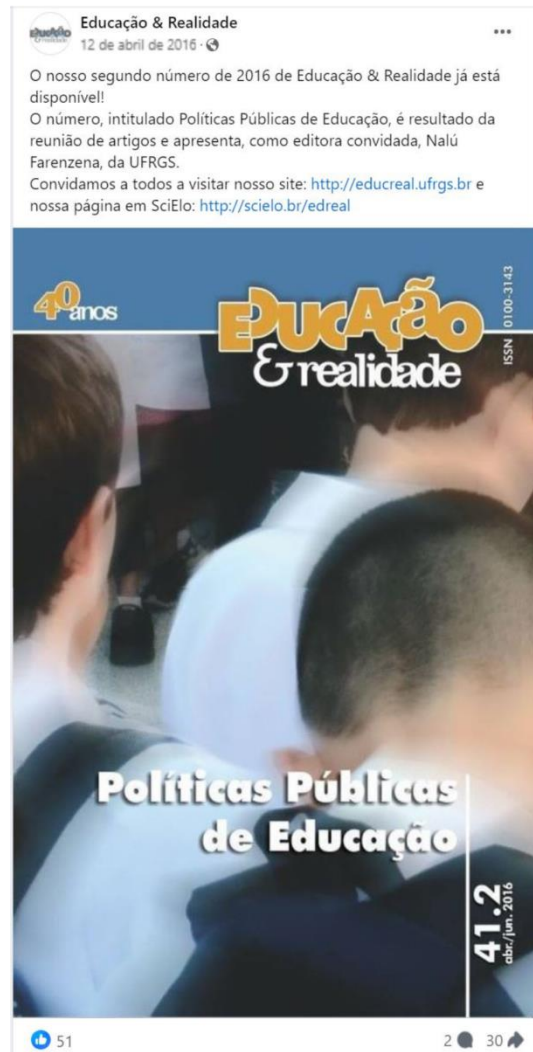
interessados possam acessar o conteúdo publicado na página da revista no OJS.

Figura 3 - Postagem do vídeo de maior engajamento do perfil da Revista Educação & Realidade no Facebook

a)



b)



c)

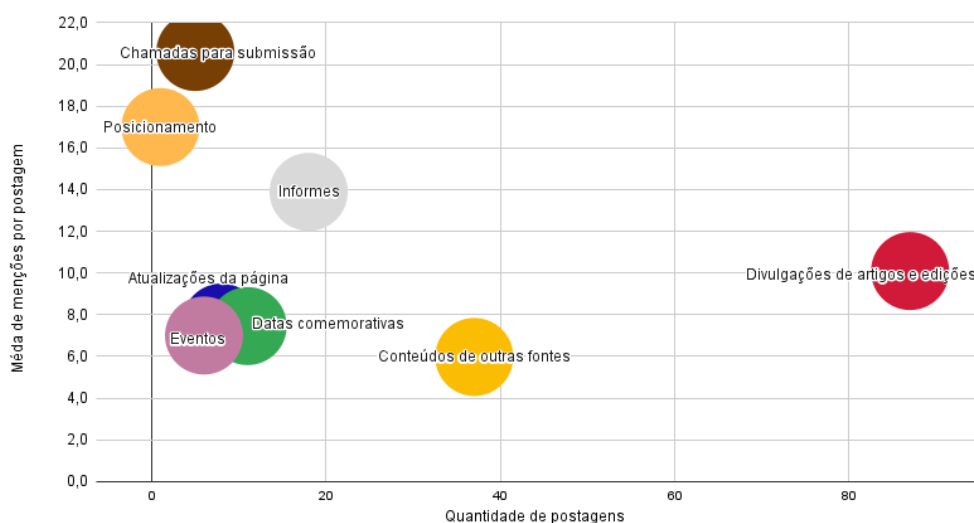


Fonte: Educação & Realidade (2015, 2016ab).

Descrição: figura composta por três partes: a e b, à esquerda, e c, à direita. Na metade superior esquerda, letra a, apresenta-se uma postagem da revista com vídeo e texto feita pela revista, onde a imagem inicial do vídeo mostra uma moça jovem sorrindo, com um fundo de estantes e edições da revista Educação & Realidade. Na metade direita, letra b, apresenta-se postagem da revista com imagem e texto anunciando um novo número e a sua imagem da capa, onde se vê estudantes de costas e o título "Políticas Públicas de Educação"; Na metade inferior esquerda, letra c, apresenta-se postagem somente com texto feita pela revista para anunciar o lançamento de novo número e o link de acesso. O link abre uma visualização rápida do site da Educação & Realidade no OJS.

As postagens na página da revista Educação & Realidade no Facebook foram categorizadas quanto ao conteúdo e angariaram resultados diferentes em termos de engajamento, como pode ser observado na Figura 3.

Figura 3 - Matriz de engajamento pela categoria de conteúdo postado pelo perfil da revista Educação & Realidade no Facebook



Fonte: dados da pesquisa, 2024.

Descrição: Gráfico que representa, no eixo vertical, a média de menções por postagem crescendo de baixo para cima e, no eixo horizontal, a quantidade de postagem, crescendo da esquerda para a direita.

No gráfico, estão representados as categorias de conteúdo postado, indicando-se que: a categoria Atualizações da página corresponde a 8 postagens e média de 7,6 menções por postagem; a categoria Chamadas para submissão de artigos ou seções temáticas corresponde a 5 postagens e média de 20,6 menções por postagem; a categoria Conteúdos de outras fontes corresponde a 37 postagens e média de 6,0 menções por postagem; a categoria Datas comemorativas corresponde a 11 postagens e média de 7,5 menções por postagem; a categoria Divulgações de artigos e novos números corresponde a 87 postagens e média de 10,1 menções por postagem; a categoria Eventos corresponde a 6 postagens e média de 7,0 menções por postagem; a categoria Informes operacionais e administrativos corresponde a 18 postagens e média de 13,9 menções por postagem; e a categoria Posicionamento da revista corresponde a 1 postagem e média de 17,0 menções por postagem.

A média de menções por categoria de conteúdo postado foi maior para as Chamadas para submissão de artigos ou seções temáticas, com média de 20,6 menções por postagem, seguida pelas categorias de Posicionamento da revista, com um único *post* que recebeu 17 menções, de Informes operacionais e administrativos, com 13,9 menções por postagem, e de Divulgação de artigos e novas edições, com média de 10,1 menções por postagem. Na sequência, tendo recebido interações com médias semelhantes, estão as postagens nas categorias de Atualizações da página, de Datas Comemorativas, de Eventos e de Conteúdos de outras fontes, com médias de de 7,6 a 6,0 menções por postagem.

A diversidade de conteúdo publicado pode ser interessante no sentido de manter o ritmo de postagens e buscar, com abordagens variadas, uma maior aproximação com o público. Entretanto, como alertam Benchimol, Cerqueira e Papi (2014), não se deve perder de vista o escopo científico que deve orientar a atividade na rede social online.



Foi possível identificar os perfis responsáveis por 1.089 reações, 56 comentários e apenas 196 compartilhamentos, ou seja, 1.344 (81,3%) menções do total de 1.654. Nem todos os perfis que interagiram com as publicações puderam ser coletados, por não serem apresentados de maneira pública. Cabe destacar que o número de menções de uma postagem não representa o número de perfis que interagiram com ela, pois, embora um mesmo perfil possa reagir apenas uma vez com uma mesma postagem, ele poderá comentar e compartilhar sem que haja qualquer limitação. Sabendo-se disto, foi possível identificar que 506 perfis foram responsáveis pelas 1.344 reações com autoria identificada no Facebook, chegando-se a uma média de 2,7 reações feitas por perfil. O número de perfis diferentes que interagiram pelo menos uma vez com a revista equivale a aproximadamente 25% do número atual de pessoas que curtem o perfil atualmente.

O Quadro 1 apresenta os 10 perfis que mais interagiram com a revista no Facebook.

Quadro 1 — Dez perfis que mais interagiram com o perfil da revista Educação & Realidade no Facebook

| Nome do perfil | Menções | Descrição | Tipo de perfil | Localização geográfica | Vínculo profissional ou acadêmico |
|----------------------|---------|--|----------------|------------------------|-----------------------------------|
| L. A. G. | 141 | 79 reações, 60 compartilhamentos e 2 comentários | Acadêmico | Porto Alegre | Professor UFRGS |
| R. V. | 33 | 33 reações | - | Porto Alegre | - |
| E. F. L. | 30 | 30 reações | Acadêmico | Espanha | Professor |
| R. H. | 30 | 30 reações | Acadêmico | Porto Alegre | Professor UFRGS |
| L. A. | 24 | 24 reações | Acadêmico | Porto Alegre | Professora |
| Educação & Realidade | 21 | 14 reações e 7 comentários | Institucional | Porto Alegre | N/A |
| R. S. | 19 | 18 reações e 1 compartilhamento | Acadêmico | Porto Alegre | Professora UFRGS |
| D. G. R. | 18 | 18 reações | Acadêmico | Porto Alegre | Doutorado |
| V. D. | 18 | 15 reações, 1 comentário e 2 compartilhamentos | Acadêmico | Porto Alegre | Professora |
| C. de A. A. | 17 | 6 reações, 9 comentários 2 compartilhamentos | Acadêmico | Roraima | Professora |

Fonte: dados da pesquisa, 2024.

Descrição: Quadro apresenta, nas linhas, o nome dos dez perfis que mais interagiram com a Revista, relacionando-os, nas colunas, com o número de menções, a descrição de como as menções estão divididas, o tipo de perfil, a localização geográfica e o vínculo profissional ou acadêmico do perfil.

Dos 10 perfis analisados, oito foram identificados como acadêmicos, um com



perfil institucional e um não foi possível identificar. Não foi identificado nenhum perfil social entre os principais interagentes. O perfil institucional é da própria revista, que reagiu e fez comentários nas próprias postagens. Três perfis acadêmicos corresponderam a professores da Faculdade de Educação da UFRGS e entre eles está o perfil que mais interagiu com a revista, do professor Luís Armando Gandin, Editor-Chefe da mesma, ficando notável o seu esforço e comprometimento com mais este aspecto da gestão da revista: a presença em redes sociais online.

Quanto ao alcance geográfico da revista, foi possível identificar a cidade de Porto Alegre, no Estado Rio Grande do Sul, como local de residência ou trabalho para oito dos 10 perfis analisados. A revista está localizada geograficamente e administrativamente no Rio Grande do Sul, com visibilidade na Unidade Acadêmica, o que pode justificar um maior número de seguidores com a mesma origem (Morandin; Vanz, 2021). Apesar da revista aceitar publicações em português, inglês e espanhol, as postagens no Facebook ocorrem somente em língua portuguesa, o que pode contribuir para que não se alcance uma maior abrangência geográfica na rede social.

A revista Educação & Realidade tem buscado sua inserção no fluxo global da comunicação científica, como propõe a SciELO (2022), através de características como a diversidade temática, o multilinguismo, a publicação de autores estrangeiros, bem como contar com um conselho editorial com membros de outras regiões do Brasil e internacionais. A promoção da revista nas redes sociais é mais uma ação que vai ao encontro desse objetivo, pois tem o potencial de ampliar sua visibilidade e alcance, permitindo a interação com uma audiência global. Nesse sentido, a manutenção e qualificação do desempenho do periódico nas redes sociais soma-se às atividades editoriais das revistas e às atribuições dos profissionais envolvidos na comunicação da ciência.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo analisou a atuação da revista Educação & Realidade no Facebook, identificando a falta ou a inobservância de um cronograma de postagens com frequência e periodicidades definidas. O perfil teve 1.654 menções, com uma média de 9,6 reações por postagem, mas mostrou pouca responsividade aos comentários. É



essencial aumentar a interação com o público para melhorar a presença nas redes sociais online. Recomenda-se a criação de um planejamento de marketing digital para garantir a atuação constante, além da atenção e rápida resposta às interações, demonstrando também responsividade. Sem dúvida esta é uma atividade que exige dedicação da equipe editorial, especialmente no momento inicial de planejamento dos conteúdos a serem postados, frequência e definição do padrão visual das postagens. Passado este momento inicial que é mais intenso e demanda participação de toda a equipe, é possível delegar a atividade a um membro da equipe. É preciso ter em mente que o volume de interações aumenta proporcionalmente a quantidade de postagens e seguidores da revista, de forma que muitas vezes é necessário um editor exclusivo para redes sociais.

Foram contabilizados 506 perfis de usuários responsáveis por 1.344 menções no Facebook. Dentre os dez perfis que mais interagiram com a revista, destacou-se a origem em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. Além disso, as postagens são feitas em português, o que pode justificar uma menor interação de perfis com origem em outros países. Sugere-se ampliar os idiomas de publicação dos *posts* no Facebook para ampliar a abrangência da revista. Adicionalmente, sugere-se estabelecer parcerias com perfis de outras revistas, associações acadêmicas, programas de pós-graduação, bibliotecas e bibliotecários, pesquisadores, professores e alunos da UFRGS e de outras universidades. Ao seguir outros perfis da área de Educação aumenta-se a possibilidade de ser seguido, e nessa rede de colaboração é possível ampliar o alcance do perfil da Educação & Realidade.

A análise do desempenho do perfil da Educação & Realidade nas redes sociais X e Instagram está em andamento, e poderá revelar novos padrões de interação e públicos distintos dos observados neste trabalho. O panorama completo permitirá uma análise mais abrangente e oferecerá informações importantes para definir estratégias de marketing científico digital para a revista.

Como estudos futuros, sugere-se a complementação do estudo com um número mais representativo de revistas. Outra análise possível, sob um viés qualitativo, poderia ser realizada em relação para conhecer o ponto de vista dos editores de publicações científicas em relação à criação e manutenção de perfis de revistas em redes sociais online.



REFERÊNCIAS

ACQUOLINI, N. T. **Práticas informacionais em perfil feminista no Instagram: entre letramentos e desinformação de gênero.** 2023. 110 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciência da Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/265636/001178068.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 08 jul. 2024.

ALPERIN, J. P. Ask not what altmetrics can do for you, but what altmetrics can do for developing countries. **Bulletin of the Association for Information Science and Technology**, [s.l.], v.39, n.4, p.18-21, abr./maio 2013. Disponível em: <https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/bult.2013.1720390407>. Acesso em: 29 jun. 2024.

ARAÚJO, R. F. de. Marketing científico digital e métricas de mídias sociais: indicadores-chave de desempenho de periódicos no Facebook. **Inf. & Soc.:Est.**, João Pessoa, v. 28, n. 1, p. 7-22, jan./abr. 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/ies/article/view/22063/20360>. Acesso em: 11 jun. 2023.

BENCHIMOL, J. L.; CERQUEIRA, R. C.; PAPI, C. Desafios aos editores da área de humanidades no periodismo científico e nas redes sociais: reflexões e experiências. **Educ. Pesqui.**, São Paulo, v. 40, n. 2, p. 347-364, abr./jun. 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ep/article/view/86250/88904>. Acesso em: 23 maio 2024.

BENCHIMOL, J. L. Redes sociais e periodismo científico: desafios aos editores. [Entrevista cedida a] Viviane Gonçalves de Campos. **SciELO em Perspectiva**. [S.l.], set. 2014. Disponível em: <https://www.revistahcsm.coc.fiocruz.br/redes-sociais-e-periodismo-cientifico-desafios-aos-editores/>. Acesso em: 21 maio 2024

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR (Capes). Plataforma Sucupira. **Qualis Periódicos**. [S.l.], c2022. Versão do sistema: 3.79.2. Disponível em: <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/veiculoPublicacaoQualis/listaConsultaGeralPeriodicos.jsf>. Acesso em 22 fev. 2024.

EDUCAÇÃO & REALIDADE. [Entrevista com uma aluna de graduação da UFRGS]. Porto Alegre, 1 abr. 2015. Facebook: <https://www.facebook.com/educreal>. Disponível em: https://fb.watch/sXcVkJ_yqq-/. Acesso em: 16 jun. 2024.

EDUCAÇÃO & REALIDADE. [Políticas públicas de educação]. Porto Alegre, 12 abr. 2016. Facebook: <https://www.facebook.com/educreal>. Disponível em: <https://www.facebook.com/share/UdGPsepDqr6n375g/>. Acesso em: 16 jun. 2024.

EDUCAÇÃO & REALIDADE. [Tempo de escola]. Porto Alegre, 3 out. 2016b. Facebook: <https://www.facebook.com/educreal>. Disponível em: https://l.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Feducreal.ufrgs.br%2F&h=AT0siYLTIQ17_GOT-b_f9ITlwEo1HEd5B9PFS5c9coJfDGjTqGT3yAxymvGWWRDiDrTN-



sbgO4XAtftKnnbXDwAts9a_Jaygcl62kC36FjV_JUlmIzCqSt4Z7n0Dez3WTKWT_ky08arBN7-a4Q&s=1. Acesso em: 16 jun. 2024.

GULKA, J. A.; LUCAS, E. R. de O.; ARAÚJO, R. F. de. Marketing digital em portais de periódicos científicos de acesso aberto. **Cadernos BAD**, Lisboa, n. 2, p. 31-43, jul./dez. 2016. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/82078>. Acesso em: 17 jul. 2023.

MARICATO, J. de M.; LIMA, E. L. M. Impactos da altmetria: aspectos observados com análises de perfis no Facebook e no Twitter. **Inf. & Soc.: Est.**, João Pessoa, v. 27, n. 1, p. 137-145, jan./abr. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/30921/17418>. Acesso em: 11 mai 2024.1

MORANDIN, Janaina Lais Pacheco Lara; VANZ, Samile Andrea de Souza. Análise do desempenho altmétrico da Revista Movimento nas Redes Sociais Facebook, Twitter e Instagram. **Brazilian Journal of Information Science: Research Trends**, v. 15, e02119, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.36311/1981-1640.2021.v15.e02119>. Acesso em: 03 ago. 2024.

NASCIMENTO, A. G. do; ODDONE; N. E. Uso de altmetrics para avaliação de periódicos científicos brasileiros em ciência da informação. **Ci. Inf. Rev.**, Maceió, v. 2, n. 1, p. 3-12, jan./abr. 2015. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/1745/1260>. Acesso em: 16 jul. 2024.

RECUERO, R. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, v. 28, n. 68, p. 114-124, maio-agosto 2014. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2014.28.68.06/4187>. Acesso em: 24 maio 2024.

SANTA ANNA, J. O bibliotecário na editoração de periódicos científicos eletrônicos: possibilidades empreendedoras. **Informatio**, [s.l.], v. 24, n. 1, p. 25-41, 2019. Disponível em: <https://informatio.fic.edu.uy/index.php/informatio/article/view/218/214>. Acesso em: 24 maio 2024.

SCIELO. **Crítérios, política e procedimentos para a admissão e a permanênciade periódicos na Coleção SciELO Brasil**. São Paulo: SciELO, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/media/files/20220900-criterios-scielo-brasil.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2023.

SILVEIRA, N. F. Evolução das Bibliotecas Universitárias: information commons. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 19, n. 1, p. 69–76, 2014. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/923>. Acesso em: 30 jul. 2024.

VANTI, N.; SANZ-CASADO, E. Altmetria: a métrica social a serviço de uma ciência mais democrática. **TransInformação**, Campinas, n. 28, v. 3, p. 349-358, set./dez. 2016. Disponível em: <https://periodicos.puc-campinas.edu.br/transinfo/article/view/6038/3763>. Acesso em: 9 ago. 2023.

VANZ, Samile Andrea de Souza; SANTIN, Dirce Maria; PAVÃO, Caterina Marta Groposo. A bibliometria e as novas atribuições profissionais nas bibliotecas universitárias. **InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, Ribeirão Preto, Brasil, v. 9, n. 1, p. 4–24, 2018. DOI: 10.11606/issn.2178-2075.v9i1p4-24. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/incid/article/view/137741>.. Acesso em: 3 ago. 2024.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.