

III Seminário Internacional  
de Preservação Digital



# O USO DE MÍDIAS SOCIAIS COMO MARKETING DIGITAL POR REVISTAS CIENTÍFICAS ELETRÔNICAS DA ÁREA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Autores:

**Azevedo, Ana Karisse Valença Silva** (Discente UFAL)

**Santos, Dimitria Silva Vasconcelos dos** (Discente UFAL)

**Bento, Janyelle Mayara** (Discente UFAL)

**Carlos, Julie Christie B. C.dos Santos Ferreira** (Discente UFAL)

**Araújo, Ronaldo Ferreira de** (Prof. UFAL)

**Andrade, Robéria de Lourdes de V.** (Profa. UFAL)



# CONTEXTUALIZAÇÃO

- Construir e manter uma presença online;
- Oferecer conteúdo adequado aos ambientes que atuar;
- Estabelecer uma atuação responsiva.

**Conquistar novos leitores, autores e avaliadores e, conseqüentemente, ampliar a sua de rede de relacionamentos.**



## **Objetivo geral:**

Verificar o uso das mídias sociais por periódicos científicos brasileiros da área de Ciências Sociais Aplicadas.

## **Objetivos específicos:**

- Identificar as revistas que fazem uso das mídias sociais;
- Identificar quais as mídias sociais que são utilizadas;
- Verificar como se dá o uso.

# ***METODOLOGIA***

---

**Natureza bibliográfica, exploratória e descritiva**  
**Quali-quantitativa**

**Universo 20 revista da área de Ciências Sociais Aplicadas;**  
**Amostra 5 revistas;**  
**Critérios de seleção: com melhor estrato Qualis 2014; maior impacto no índice h5 do Google acadêmico; presença em alguma mídia social.**

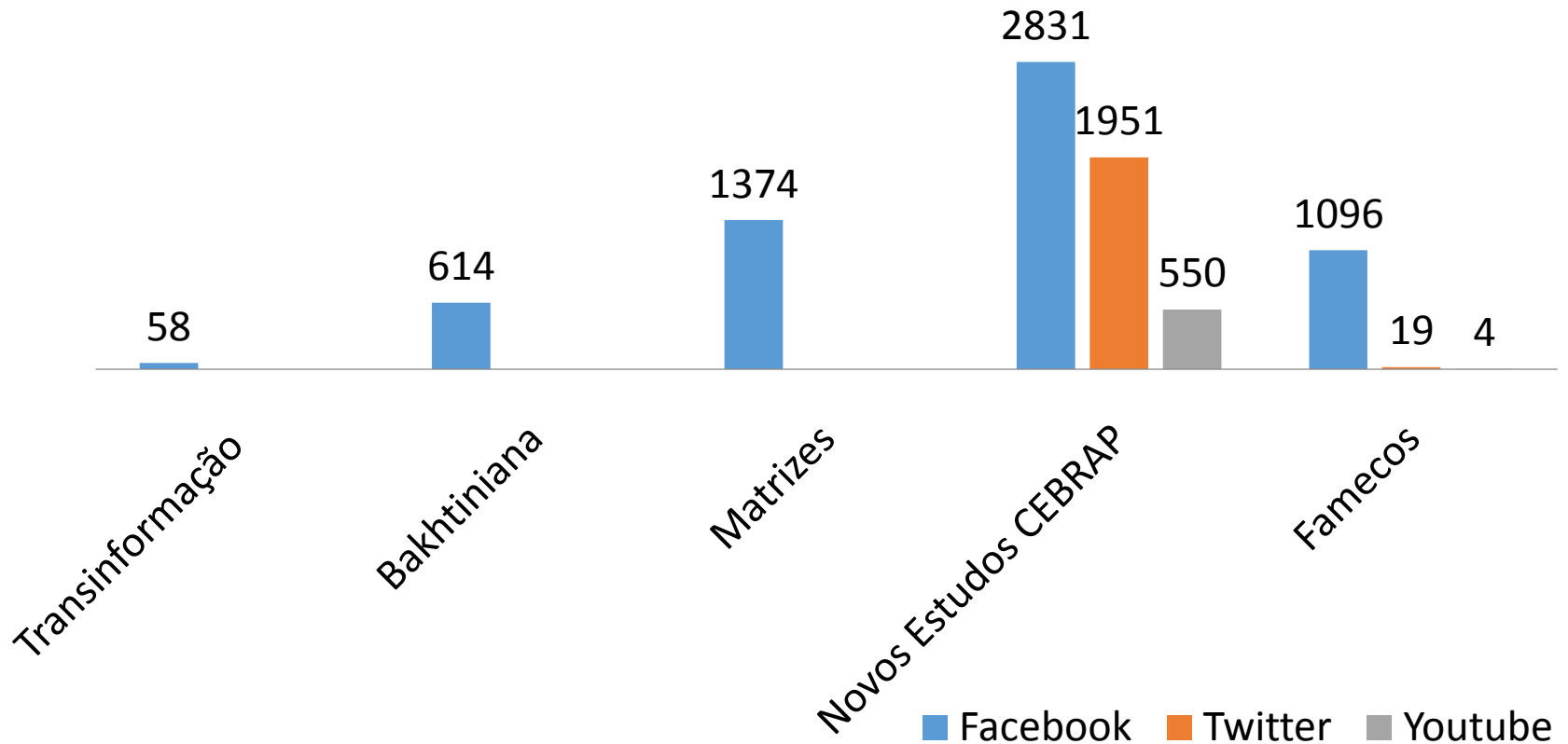
**Análise**

**Variáveis: presença e atuação nas mídias sociais, frequência e tipo de publicação; Indicadores visibilidade e engajamento**

Nome do Periódico	Qualis 2014	Índice h5	Mídia social
Informação & sociedade: Estudos	A1	9	-
Perspectivas em Ciência da Informação	A1	12	-
Transinformação	A1	6	F
Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso	A2	6	F
Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi	A2	4	F
Galáxia	A2	8	-
Intercom	A2	7	-
Matrizes	A2	22	F
Novos estudos CEBRAP	A2	14	F/T/Y
Revista Famecos	A2	9	F/T/Y
Tempo - Revista do Departamento de História da UFF	A2	5	F/T
E-Compós	A2	3	-
Ágora	B1	S/I	-
Alceu	B1	S/I	-
Anais do Museu Histórico Nacional	B1	S/I	-
Animus	B1	4	F
Biblionline	B1	4	F
Ciência da informação	B1	7	-
<i>Brazilian Journalism Research</i>	B1	7	-
Ciberlegenda	B1	5	F/T

# RESULTADOS

## Visibilidade das revistas analisadas



The image shows a screenshot of the Facebook page for 'Transinformação'. The page header features the name 'Transinformação' in a large, dark red font. Below the name, the page has a navigation bar with buttons for 'Curtir', 'Seguir', 'Compartilhar', and 'Enviar mensagem'. The left sidebar contains a menu with options: 'Página inicial', 'Publicações', 'Fotos', 'Sobre', 'Curtidas', and a green button 'Criar uma Página'. The main content area shows statistics: '1 Pessoas falando sobre isso', '58 Total de curtidas da Página' (with a 1.8% increase from the previous week), and '1 Novas curtidas da Página' (with a 100% increase). A legend indicates that the dark line represents 'Esta semana' and the light line represents 'Semana passada'.

- 58 seguidores;
- Possui apenas 4 publicações (três em 2015 e set. 2016);
- Apresenta poucas informações sobre a revista;
- Suas postagens são sobre divulgação de nova publicação e de artigos.

**Bakhtiniana. Revista de Estudos do Discurso**  
@bakhtinianarevista

Página inicial  
Publicações  
Fotos  
**Sobre**  
Curtidas

**Sobre**

Missão  
Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso, criada em 2008 pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem/LAEL-PUCSP e p...  
Ver mais

**INFORMAÇÕES DE CONTATO**

@bakhtinianarevista

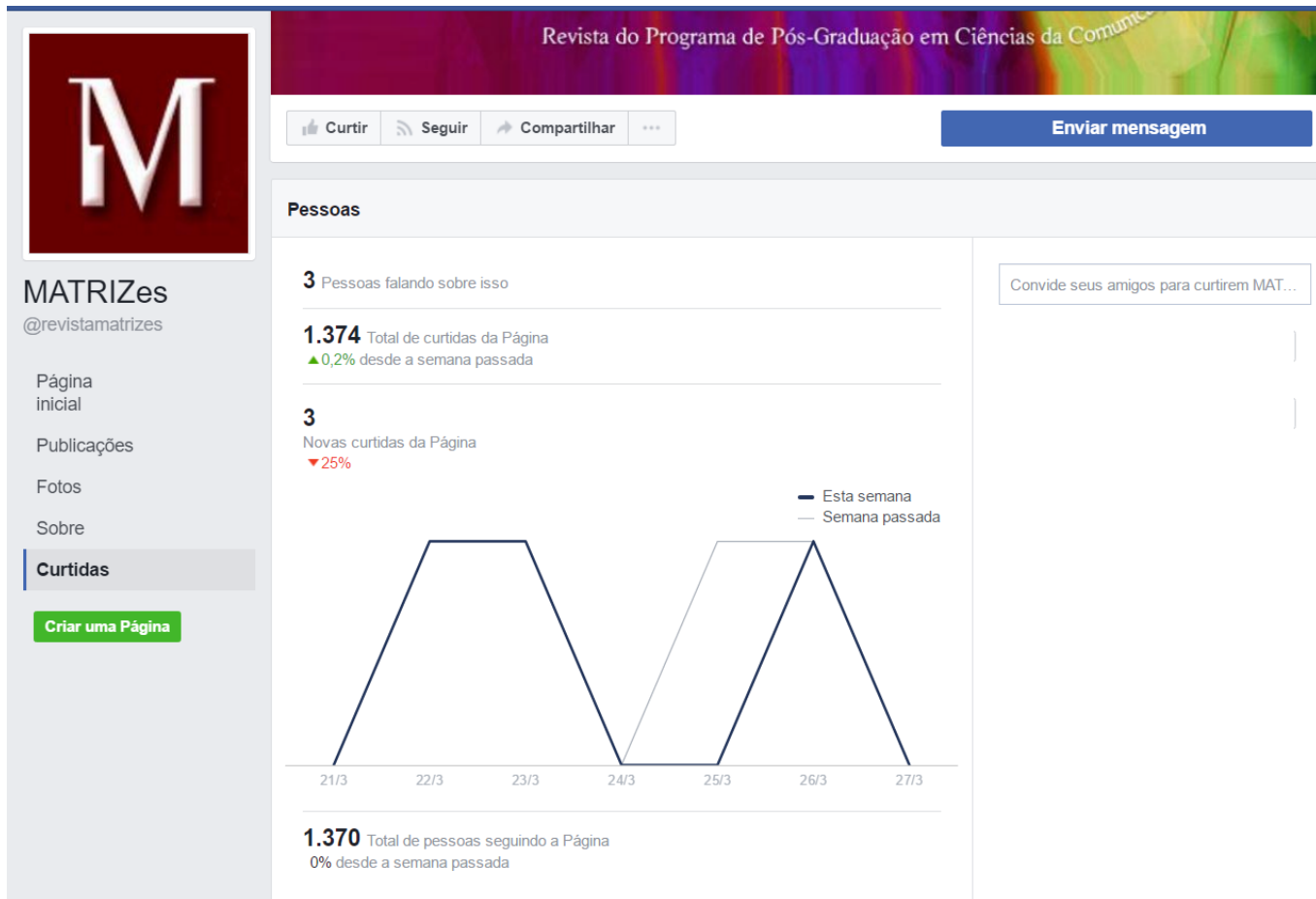
<http://revistas.pucsp.br/index.php/bakhtiniana/index>

**MAIS INFORMAÇÕES**

Sobre  
Bakhtiniana, em formato eletrônico, foi criada pelo PEPG em LAEL/ PUCSP e pelo GP/CNPq Linguagem, Identidade e Memória. Qualis A1 - Indexada pelo SciELO

- Visibilidade: 614 curtidas
- Suas postagens são para divulgação de novos volumes e artigos;
- Engajamento: apresenta um baixo número de interações com desempenho de até três curtidas por publicação.





- Mantém um bom desempenho de assiduidade de postagens, se comparada as anteriores;
- Engajamento possui um número baixo de curtidas e compartilhamentos das postagens.



**Novos Estudos Cebrap**

@NovosEstudos



Os vídeos da série de depoimentos "Gênero, trabalho e feminismo" já estão disponíveis no canal do Youtube do... [fb.me/1qiVplZ5X](https://fb.me/1qiVplZ5X)

Translate from Portuguese

RETWEETS

3

LIKES

2



12:39 PM - 17 Oct 2016

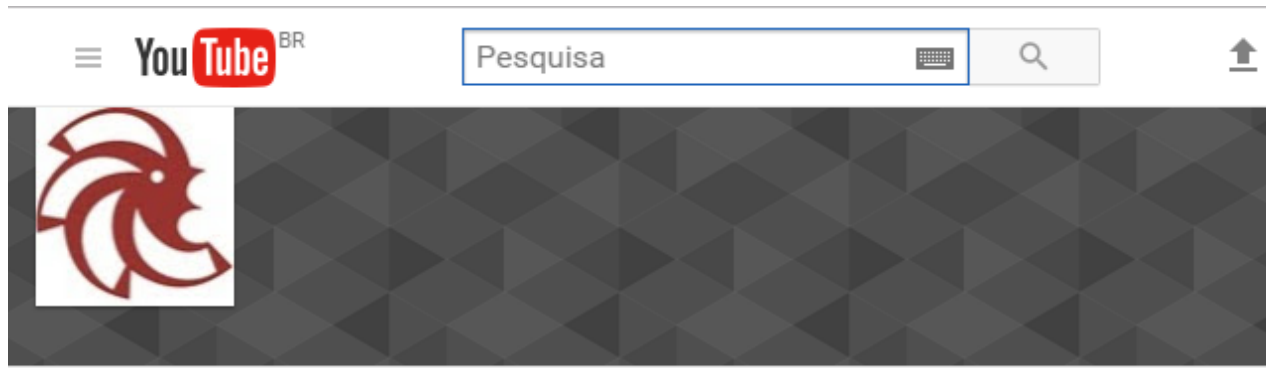


3



2

- Visibilidade: Facebook 2.831 - Engajamento: fica entre 10 e 50 curtidas e até 20 compartilhamentos;
- YouTube 550 inscritos, o canal possui 106 vídeos e atingiu mais de 35 mil visualizações;
- Postagens sobre: eventos, novas edições, compartilhamento de vídeos e imagens.



## Revista Famecos Vídeo

 Subscrever 4

Revista Famecos é uma revista científica com classificação A2 pelo Qualis/Capes e mantida pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC RS. Aqui você encontra vídeos dos autores falando sobre seus artigos publicados na Revista.

- Visibilidade no Facebook 1.096 curtidas;
- Suas postagens são sobre os artigos da revista e divulgação de vídeos;
- Possuem uma média de 12 curtidas e 5 compartilhamento por postagem;
- O canal do YouTube foi criado recentemente.

# ***CONSIDERAÇÕES FINAIS***

---

- Observa-se o uso tímido das mídias sociais pelas revistas;
- As revistas que utilizam o fazem como meio de divulgação de suas edições;
- Existe uma forte tendência a utilização de apenas uma das mídias;
- Precisam manter atualizadas, promovendo uma constância nas postagens, a fim de cultivar uma presença online e apresentar uma atitude responsiva.



## REFERÊNCIAS

ARAUJO, R. F. (Org). Marketing científico digital e métricas alternativas para periódicos: da visibilidade ao engajamento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 20, n. 3, p. 67-84, jul./set. 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/2402>

CASTRO, R. C. F. Impacto da Internet no fluxo da comunicação científica em saúde. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 40, n. especial, p.57-63, 2006.

COSTA, L. F. et al. O uso de mídias sociais por revistas científicas da área da ciência da informação para ações de marketing digital. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 21, n. 2, p. 338-358, abr./jul. 2016.

LE COADIC, Y.-F. **A Ciência da Informação**. Brasília: Briquet de Lemos/Livros, 1996.

NASCIMENTO, A. G. **Altmetria para bibliotecários**: Guia prático de métricas alternativas para avaliação da produção científica. Porto Alegre: Simplissimo, 2016.

O'REILLY, T. **What is Web 2.0**: design patterns and business models for the next generation of software. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2005. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 10 abr. 2017.

RECUERO, R. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SOUZA, U. J. et al. O uso das redes sociais pelos periódicos brasileiros de biblioteconomia e ciência da informação. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 20, n. 3, set./dez. 2015.

# Contato

---

[roberiabiblio@gmail.com](mailto:roberiabiblio@gmail.com)

***OBRIGADA!***

