

5º Simpósio de Iniciação Científica - SICFIC 2018

CARACTERIZAÇÃO DA PÁGINA DA AIB NO FACEBOOK

GABAS, C.M.B. (IC)¹; BACILIERI, S. (CO)²; FERNANDES, M.J.B. (O)³; GALLETI, S.R. (CO)⁴

1. Acadêmico de Eng. Agrônômica - Faculdade Integral Cantareira - São Paulo - SP.
E-mail: carlosgabas@outlook.com.

2. Editora de mídias - Arquivos do Instituto Biológico - Instituto Biológico, São Paulo - SP,
E-mail: sbacilieri@biologico.sp.gov.br

3. Editora assistente - Arquivos do Instituto Biológico, Instituto Biológico, São Paulo – SP., E-mail:
judite@biologico.sp.gov.br

4. Editora chefe - Arquivos do Instituto Biológico, Instituto Biológico, São Paulo - SP. E-mail:
galleti@biologico.sp.gov.br

RESUMO: O universo das publicações acadêmicas é, notadamente, realizado por cientistas e para os cientistas. Para romper com esse paradigma, o uso de mídias sociais tem aumentado cada vez mais nesse ramo, facilitando assim a disseminação de artigos e conteúdos científicos. O presente trabalho teve como objetivo caracterizar a página do periódico “Arquivos do Instituto Biológico” no Facebook. A metodologia utilizada para a coleta de dados foi a própria ferramenta oferecida por esta mídia social. A faixa etária predominante dos seguidores da página da AIB no Facebook sugere que eles estejam relacionados a programas de pós-graduação. Por ser publicada em português, a página é seguida, em sua maioria, por pessoas oriundas do Brasil. Em dois meses, houve um acréscimo de cerca de 5% na quantidade de seguidores. Pelo conteúdo diverso das postagens, sempre ocorrerá um alcance variado das categorias links, artigos e humor.

INTRODUÇÃO: O universo das publicações acadêmicas é, notadamente, realizado por cientistas e para os cientistas. Isto é, os resultados das pesquisas científicas são divulgados em formato e linguagem em que somente esses atores compreendem.

Na tentativa de atender a essa dívida que há com a sociedade, e aumentar a visibilidade de seus artigos, entram no cenário da divulgação científica as mídias sociais, ferramentas de comunicação em massa, aceitas pelo grande público e de fácil acesso, entre elas, a mais comumente utilizada é o Facebook (TORRES, 2009).

Inaugurada em 2004, o Facebook é a rede social mais usada no mundo. Segundo OLIVEIRA (2018), esta rede atingiu a marca de 127 milhões de usuários ativos mensais no Brasil no primeiro trimestre de 2018.

Os pesquisadores, aos poucos, reconhecem a importância de se comunicar com públicos diversos e também percebem que a divulgação de seus trabalhos em mídias sociais pode ajudá-los a avançar na carreira, aumentando a visibilidade de suas pesquisas e seu prestígio entre os colegas acadêmicos (ANDRADE, 2016). A mesma linha de pensamento é seguida por VIEBIG (2009), quando cita que está implícita que toda pesquisa deverá ter seu resultado divulgado, com objetivo de aumentar a visibilidade no ramo acadêmico e fora dele, caso contrário, não há sentido em realizá-lo.

Os objetivos principais do autor de uma publicação científica são: instruir; ser lido, ser comparado, ser criticado, ser imitado; ser polêmico e, principalmente, ser citado.

Em face desse novo panorama, o periódico científico “Arquivos do Instituto Biológico” (AIB) criou, em outubro de 2015, seu perfil no Facebook com a finalidade de ampliar a divulgação dos seus artigos e de contribuir com a disseminação de temas relacionados à publicação científica. Além desse conteúdo, são também compartilhados textos e/ou imagens de fontes confiáveis (links) e, às sextas-feiras, tem-se a sessão “Funny Friday” em que se publicam imagens divertidas com temas científicos.

O presente trabalho teve como objetivo caracterizar a página do periódico Arquivos do Instituto Biológico no Facebook.

MATERIAL E MÉTODOS: Esta pesquisa foi realizada de forma exploratória tendo-se como base de estudo a página no Facebook do periódico “Arquivos do Instituto Biológico” (@ArquivosIB).

Para a identificação demográfica dos seguidores e para o levantamento das postagens foi empregada uma ferramenta de pesquisa oferecida pelo próprio Facebook.

5º Simpósio de Iniciação Científica - SICFIC 2018

Os dados das postagens referem-se à quantidade de curtidas e pessoas alcançadas. Este levantamento foi realizado nos meses de agosto e setembro.

RESULTADOS: Os dados demográficos obtidos sobre os seguidores revelaram que 66% são mulheres e 34% homens, predominando a maior concentração na faixa etária de 25 a 34 anos (28% mulheres e 13% homens), seguida das faixas de 35 a 44 anos (12% mulheres e 7% homens) e de 18 a 24 anos (11% mulheres e 6% homens). A predominância do grupo compreendido entre 25 até 34 anos sugere que os seguidores da AIB estejam relacionados a programas de pós-graduação.

De forma prevalente, a maior parte dos seguidores tem origem no Brasil (840). Em seguida, vem a América do Sul, com Paraguai (7), Peru (5), Argentina (3), Uruguai (3), Colômbia (3), Equador (2), Bolívia (1), Chile (1) e Venezuela (1). Os demais países são: Costa Rica (2), Portugal (2), Bélgica (20), EUA (2), Canadá (2), Marrocos (1), México (1), Alemanha (1), Reino Unido (1) e Camboja (1). No início deste estudo (agosto de 2018), a página possuía 844 seguidores e, após dois meses, este número saltou para 882. Este resultado demonstrou um crescimento de cerca de 5% na sua visibilidade.

Quanto ao alcance observado em agosto, foi maior para a categoria de postagem “link” (9.261 pessoas com 93 curtidas), humor (2.853 pessoas alcançadas com 58 curtidas) e artigo (598 pessoas com 28 curtidas). Em setembro, o maior alcance foi para a categoria artigo (2.780 pessoas com 56 curtidas), seguido do humor (1.733 pessoas com 29 curtidas) e, por fim, o link (1.626 com 70 curtidas).

CONCLUSÃO: A faixa etária predominante dos seguidores da página da AIB no Facebook sugere que eles estejam relacionados a programas de pós-graduação.

Por ser publicada em português, a página é seguida, em sua maioria, por pessoas oriundas do Brasil.

Em dois meses, houve um acréscimo de cerca de 5% na quantidade de seguidores. Pelo conteúdo diverso das postagens, sempre ocorrerá um alcance variado das categorias links, artigos e humor.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, R. O. À procura de visibilidade. Pesquisa FAPESP, [S.l.], n. 247, p.94-97, set., 2016.

OLIVEIRA, F. *Facebook chega a 127 milhões de usuários mensais no Brasil*. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/tec/2018/07/facebook-chega-a-127-milhoes-de-usuarios-mensais-no-brasil.shtml>>. Acesso em: 08 out. 2018.

TORRES, C. *A Bíblia do Marketing Digital: Tudo que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar*. São Paulo. Editora Novatec. 2009.

VIEBIG, R.G. Pesquisa científica e publicações. *Arquivos de Gastroenterologia*, 46(1): 1-4, 2009.