

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO & ORGANIZAÇÃO DO
CONHECIMENTO**

RÔMULO MANSUR LAUAR JÚNIOR

**PERÍODICOS CIENTÍFICOS DE DIREITO E O USO DE MÍDIAS SOCIAIS:
presença, visibilidade e desempenho**

Belo Horizonte
2024

RÔMULO MANSUR LAUAR JÚNIOR

**PERÍODICOS CIENTÍFICOS DE DIREITO E O USO DE MÍDIAS SOCIAIS:
presença, visibilidade e desempenho**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Gestão & Organização do Conhecimento, Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito para obtenção do grau de Mestre em Gestão e Organização do Conhecimento, área de concentração Ciência da Informação”.

Orientador: Prof. Dr. Ronaldo Ferreira Araújo.

Belo Horizonte

2024

L366p

Lauar Júnior, Rômulo Mansur.

Periódicos científicos de direito e o uso de mídias sociais [recurso eletrônico] : presença, visibilidade e desempenho / Rômulo Mansur Lauar Júnior. - 2024.
1 recurso eletrônico (109 f. : il., color.) : pdf.

Orientador: Ronaldo Ferreira de Araújo.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da Informação.

Referências: f. 96-108.

Apêndice: f. 109.

Exigência do sistema: Adobe Acrobat Reader.

1. Ciência da informação – Teses. 2. Comunicação na ciência – Teses. 3. Direito - Periódicos – Teses. 4. Divulgação científica – Teses. 5. Redes sociais – Teses. I. Araújo, Ronaldo Ferreira de. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Escola de Ciência da Informação. III. Título.

CDU: 05:316.472.4

Ficha catalográfica: Elaine Diamantino Oliveira - CRB: MG/2742

Biblioteca Profª Etelvina Lima, Escola de Ciência da Informação da UFMG



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - ECI
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DO CONHECIMENTO - PPGOC

FOLHA DE APROVAÇÃO

PERIÓDICOS CIENTÍFICOS DE DIREITO E O USO DE MÍDIAS SOCIAIS: presença, visibilidade e desempenho

ROMULO MANSUR LAUAR JUNIOR

Dissertação submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DO CONHECIMENTO, como requisito para obtenção do grau de Mestre em GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DO CONHECIMENTO, área de concentração CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, linha de pesquisa Arquitetura e Organização do Conhecimento.

Aprovada em 12 de janeiro de 2024, por videoconferência, pela banca constituída pelos membros:

Prof(a). Ronaldo Ferreira de Araújo (Orientador)
UFAL

Prof(a). Marília de Abreu Martins de Paiva
ECI/UFMG

Prof(a). Paula Carina de Araújo
UFPR

Belo Horizonte, 12 de janeiro de 2024.



Documento assinado eletronicamente por **Ronaldo Ferreira de Araujo, Usuário Externo**, em 23/01/2024, às 12:31, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Marilia de Abreu Martins de Paiva, Professora do Magistério Superior**, em 10/04/2024, às 10:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Paula Carina de Araújo, Usuária Externa**, em 22/04/2024, às 14:50, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufmg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **2957873** e o código CRC **45BE6FB5**.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - ECI
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DO CONHECIMENTO - PPGOC

ATA DA DEFESA DA DISSERTAÇÃO DO ALUNO

ROMULO MANSUR LAUAR JUNIOR

Realizou-se, no dia 12 de janeiro de 2024, às 10:00 horas, por videoconferência, da Universidade Federal de Minas Gerais, a defesa de dissertação, intitulada *PERIÓDICOS CIENTÍFICOS DE DIREITO E O USO DE MÍDIAS SOCIAIS: presença, visibilidade e desempenho*, apresentada por ROMULO MANSUR LAUAR JUNIOR, número de registro 2021651678, graduado no curso de BIBLIOTECONOMIA, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DO CONHECIMENTO, à seguinte Comissão Examinadora: Prof(a). Ronaldo Ferreira de Araújo - UFAL (Orientador), Prof(a). Marília de Abreu Martins de Paiva - ECI/UFMG, Prof(a). Paula Carina de Araújo - UFPR.

A Comissão considerou a dissertação:

Aprovada

Reprovada

Finalizados os trabalhos, lavrei a presente ata que, lida e aprovada, vai assinada por mim e pelos membros da Comissão.

Belo Horizonte, 12 de janeiro de 2024.

Assinatura dos membros da banca examinadora:



Documento assinado eletronicamente por **Ronaldo Ferreira de Araujo, Usuário Externo**, em 23/01/2024, às 12:31, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Marilia de Abreu Martins de Paiva, Professora do Magistério Superior**, em 10/04/2024, às 10:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Paula Carina de Araújo, Usuária Externa**, em 22/04/2024, às 14:50, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufmg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **2957844** e o código CRC **23FE7346**.

Dedico este trabalho à minha Avó Dalva de Souza Mota (*in memoriam*)

AGRADECIMENTOS

A presente dissertação de mestrado não poderia chegar a bom porto sem o precioso apoio de várias pessoas.

Em primeiro lugar, não posso deixar de agradecer ao meu orientador, Professor Doutor Ronaldo Ferreira Araújo, por toda a paciência, empenho e sentido prático com que sempre me orientou neste trabalho e, em todos aqueles que realizei, durante os seminários do mestrado.

Às Professoras Doutoras Paula Carina de Araújo e Marília Paiva que compuseram a minha banca de avaliação de defesa da dissertação.

A todos os meus colegas do Programa de Pós-Graduação em Gestão e Organização do Conhecimento, em especial, à Doutoranda Rejane Santos, pela parceria e amizade construídos e que levaremos adiante por nossas vidas.

À minha prezada amiga, Denise Kountakis que, mesmo muito distante geograficamente, sempre esteve presente mentalmente com suas reflexões que me trouxeram clareza, em dias bons e dias também bastante difíceis.

À minha amiga Pâmela Silva, que se graduou comigo e sempre foi uma grande incentivadora naquilo a que me propus fazer.

Aos funcionários da Biblioteca Etelvina Lima da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, que foram sempre prestáveis e me ajudaram também a ultrapassar este obstáculo.

À minha família e amigos pelo apoio incondicional que me deram, especialmente, à minha Mãe Maria Salomé Macedo Lauer, minha Tia Ana Maria Macedo e minha Prima Petrina de Macedo Figueiredo.

RESUMO

Este estudo propõe investigar como as revistas acadêmicas da área do Direito têm se apropriado das mídias sociais para a ampliação da divulgação da produção acadêmica e científica desse campo. Trata-se de um estudo com abordagem qualitativa e quantitativa de cunho descritivo, que buscou compreender os fenômenos a partir da tradução dos dados em métricas e indicadores. Quanto aos procedimentos, realizou-se uma breve pesquisa bibliográfica e o levantamento de dados sobre presença, atuação e desempenho das revistas, nas mídias sociais, com análise das informações obtidas nos quesitos de visibilidade, influência, engajamento e reputação. Para tanto, foi feito um levantamento dos periódicos científicos do Direito, com extrato Qualis A1 no extrato 2013-2016, na Plataforma Sucupira e sua presença e atuação nas mídias sociais (Facebook, Instagram e Twitter). Embora tenham sido encontradas 127 publicações Qualis A1, na Plataforma Sucupira, apenas 19 possuíam perfis em mídias sociais (15,74%), sendo 12 no Facebook, sete no Instagram e cinco no Twitter. Quanto à visibilidade, vista como a capacidade de alcance do conteúdo postado, as revistas analisadas somam 27.421 fãs no Facebook, 16.685 seguidores no Instagram e 17.044 no Twitter. O indicador de influência, diretamente ligado à capacidade de mobilização da entidade, que publica conteúdo nas contas analisadas, demonstrou-se extremamente baixo ou inexistente. O engajamento, por sua vez, revelou que poucas revistas obtinham interações em suas postagens. Com o baixo desempenho dos indicadores anteriores, a reputação indica desempenho, na maioria das vezes, nulo ou negativo. Entre os achados da pesquisa, está a percepção de que houve um retrocesso na utilização desses espaços para a divulgação científica.

Palavras-chaves: Periódicos científicos; Direito. Comunicação científica; Divulgação científica. Mídias sociais.

ABSTRACT

This study proposes to investigate how academic journals in the area of Law have used social media to expand the dissemination of academic and scientific production in this field. This is a study with a qualitative and quantitative approach (quali-quant) of a descriptive nature, which sought to understand the phenomena by translating the data into metrics and indicators. Regarding the procedures, a brief bibliographical research was carried out and data was collected on the presence, activity and performance of magazines on social media with qualitative analysis of the information obtained in terms of visibility, influence and engagement and reputation. To this end, a survey was carried out of scientific law journals with Qualis A1 extract in the 2013-2016 extract on the Sucupira Platform and their presence and performance on the main social media (Facebook, Instagram and Twitter). Although 127 Qualis A1 publications were found on the Sucupira Platform, only 19 had profiles on social media (15.74%), 12 of which were on Facebook, seven on Instagram and five on Twitter. As for visibility, seen as the ability to reach the content posted, the magazines analyzed total 27,421 fans on Facebook, 16,685 on Instagram and 17,044 on Twitter. The influence indicator, directly linked to the mobilization capacity of the entity that publishes content in the analyzed accounts, proved to be extremely low or non-existent. Engagement, in turn, revealed that few magazines received interactions on their posts. With the low performance of previous indicators, reputation often indicates zero or negative performance. Among the research findings is the perception that there has been a setback in the use of these spaces for scientific dissemination.

Keywords: Academic journals; Law; Science communication; Scientific disclosure; Social media.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Página de busca e de adição das revistas	58
Figura 2 - Página de início após revistas já adicionadas	59
Figura 3 - Modelo de extração dos dados	60
Figura 4 - Palavras mais presentes nas postagens das Revistas no Facebook.....	72
Figura 5 - Exemplo de postagem da Revista Direito e Práxis, Veredas do Direito e UFSM no Facebook	73
Figura 6 - Top 10 postagens de Revistas do Direito no Facebook	74
Figura 7 - Palavras mais presentes nas postagens das Revistas no Instagram.....	80
Figura 8 - Exemplo de postagens de revistas no Instagram.....	81
Figura 9 - Top 10 postagens de Revistas do Direito no Instagram	83
Figura 10 - Palavras mais presentes nas postagens das Revistas no Twitter	88
Figura 11 - Exemplos de postagens das Revistas Veredas do Direito e Revista de Direito da UFSM.....	89

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Visibilidade das revistas do Direito no Facebook	65
Gráfico 2 - Escala de maior Engajamento das Revistas de Direito no Facebook	66
Gráfico 3 - Volume de postagens e Interações de Revistas do Direito no Facebook	67
Gráfico 4 - Taxa de interação pós-interação das Revistas do Direito no Facebook	68
Gráfico 5 - Parcela de Interações das Revistas de Direito no Facebook	69
Gráfico 6 - Índice de Engajamento de Revistas do Direito no Facebook	70
Gráfico 7 - Representação das postagens.....	71
Gráfico 8 - Visibilidade das revistas do Direito no Instagram	76
Gráfico 9 - Parcela de Interações das Revistas de Direito no Instagram	77
Gráfico 10 - Volume de postagens e Interações de Revistas do Direito no Instagram	79
Gráfico 11 - Representação das postagens na Mídia Social Intagram	82
Gráfico 12 - Visibilidade das revistas do Direito no Twitter	85
Gráfico 13 - Interações com as Revistas de Direito no Twitter	86
Gráfico 14 - Volume de postagens e Interações de Revistas do Direito no Twitter	87
Gráfico 15 - Representação das postagens no <i>Twitter</i>	90

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Periódicos Qualis A1 do campo do Direito e sua presença nas mídias sociais... 62

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Desempenho das Revistas do Direito nos indicadores-chave analisados - Facebook.....	64
Tabela 2 - Desempenho das Revistas do Direito nos indicadores-chave analisados - Instagram.....	75
Tabela 3 - Desempenho das Revistas do Direito nos indicadores-chave analisados – Twitter	84

LISTA DE SIGLAS

C&T	Ciência e Tecnologia
CAPES	Coordenação de Pessoal de Nível Superior
CNPq	Conselho Nacional do Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CSH	Ciências Humanas
CTI	Ciência, Tecnologia e Inovação
ISSN	Internacional Standard Serial Number (Número Internacional Normalizado para Publicações Seriadas)
MEC	Ministério da Educação
OA	Open Access
OP	Open Science
PCCI	Popularização do conhecimento científico
PPGD	Programas de Pós-Graduação
TIC	Tecnologias da informação e da comunicação
TIC	Tecnologias da informação e do conhecimento
UERJ	Universidade do Estado do Rio de Janeiro
UNICAMP	Universidade de Campinas
WWW	World Wide Web

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	PROBLEMA	20
1.2	OBJETIVOS	22
1.2.1	Objetivo geral	22
1.2.2	Objetivos específicos	22
1.3	JUSTIFICATIVA	23
1.4	ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	25
2	CONCEITOS GERAIS E REVISÃO DE LITERATURA	26
2.1	MÍDIAS SOCIAIS E REDES SOCIAIS	32
2.2	O PERIÓDICO NA DIVULGAÇÃO DA CIÊNCIA	34
2.2.1	O periódico científico no domínio do Direito	41
2.2.2	O periódico científico e as mídias sociais.....	47
3	PERCURSO METODOLÓGICO	55
3.1	TIPOLOGIA DA PESQUISA.....	56
3.2	PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS.....	56
3.3	PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DOS DADOS	58
4	APRESENTAÇÃO DOS DADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS	61
4.1	ANÁLISE DE DESEMPENHO DAS REVISTAS NO <i>FACEBOOK</i>	63
4.2	ANÁLISE DE DESEMPENHO DAS REVISTAS NO <i>INSTAGRAM</i>	75
4.3	ANÁLISE DE DESEMPENHO DAS REVISTAS NO <i>TWITTER</i>	84
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	91
	REFERÊNCIAS	95
	APÊNDICE A - TELA DO FANPAGE KARMA COM AUTORIZAÇÃO DE	
	USO	108

1 INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea tem como sua principal característica a evolução tecnológica, marcada principalmente pelo advento da internet, que trouxe novas formas de produção e disseminação da informação e do conhecimento. Segundo Le Codiac (1996), essas etapas são essenciais, pois divulgar o que se produz é fundamental ao desenvolvimento da ciência e da tecnologia, uma vez que a comunicação dos resultados é parte imprescindível da pesquisa científica.

O fluxo constante da produção desses novos conhecimentos necessita de meios eficazes de disseminação do desenvolvimento científico e, nesse sentido, os periódicos cumprem um relevante papel, para a divulgação da ciência, tornando públicos os conhecimentos produzidos nas pesquisas. Mais do que um meio, as formas de propagação são parte do próprio fazer científico, como destaca Targino (2000), ao afirmar que a comunicação científica é tão importante quanto a própria produção da informação.

Para essa autora, “é a comunicação científica que favorece ao produto (produção científica) e aos produtores (pesquisadores) a necessária visibilidade e possível credibilidade no meio social em que produto e produtores se inserem” (Targino, 2000, p. 77). Ela é a forma como as ideias e as teorias que surgem, por meio das pesquisas e estudos sistemáticos, fazem circular os conhecimentos, afirmando a descoberta proporcionada pela ciência.

A autora ressalta, entretanto que a comunicação científica vai além disso, pois não apenas dissemina os resultados das pesquisas, como também propicia a proteção da propriedade intelectual, ao identificar o seu produtor, consolidando o conhecimento realizado por meio da análise e da aceitação dos resultados pela comunidade científica (Targino, 2000).

De acordo com Meadows (1999), embora haja indícios de que a pesquisa científica e, por conseguinte, a comunicação científica remontem à antiguidade, aos antigos gregos, foi a partir do século XV, quando surgiu a imprensa de Gutenberg, que houve um significativo aumento de textos impressos na Europa, o crescimento da produção de livros e a propagação de informações com a publicação de fascículos.

Contudo o conceito de periódico passa a ocorrer, no século XVII, quando as descobertas, especialmente no campo das Ciências Exatas, necessitaram de evidências concretas, baseadas na observação e na experiência empírica, que

atestassem a veracidade das descobertas científicas, alterando-se o uso da argumentação e da dedução para a comprovação dos experimentos (Mueller, 2007). Anteriormente, Price (1976) já relatava que foi preciso trilhar um longo caminho, para que os periódicos/e ou revistas científicas assumissem novos formatos, até alcançar os modelos atuais, após décadas de avanços e modificações.

Conforme Faria (2020), a comunicação formal da ciência ocorre, por meio da publicação dos resultados da investigação, principalmente, em revistas e livros científicos, considerados como o principal meio de comunicação e divulgação. Ainda, a comunicação científica tem se utilizado também de canais informais e recursos eletrônicos, não de forma excludente e, sim, como recurso complementar aos canais formais.

Considerando a gama de informações disponíveis na sociedade contemporânea, da Tecnologia da Informação e do Conhecimento, os novos modos de produção e da comunicação da informação impactaram fortemente também a atividade científica, que, com frequência, necessita atualizar suas formas de acesso, garantindo, contudo a segurança das informações, o que se torna um duplo desafio para os pesquisadores em geral.

As inovações tecnológicas das últimas décadas transformaram as formas de produzir e disseminar a informação, alterando as formas de tratar, acessar e analisar todos os seus processos. O surgimento e a disseminação das TIC, além de provocar profundas alterações na produção de documentos, nas mais diversas áreas, impulsionando o registro de informações em formatos digitais, também trouxeram novas ferramentas que, segundo Santos e Flores (2015), proporcionaram melhorias na comunicação científica.

Entre esses avanços, possibilitou o acesso livre e irrestrito a todo tipo de conteúdo registrado, em meio digital, a exemplo dos repositórios digitais de acesso aberto, que trata das iniciativas que favorecem e promovem o acesso livre e permite o uso sem restrições dos conteúdos dos trabalhos publicados pela comunidade científica, cuja única exigência é de que sejam respeitados os direitos autorais (Mardero; Arelano, 2008).

A importância dos periódicos na comunicação científica não é mais nenhuma novidade, após décadas da sua utilização por comunidades acadêmicas. Ainda é relativamente recente a decadência dos periódicos impressos, que têm sido gradualmente substituídos pelo uso de periódicos eletrônicos, evidenciando o seu

amplo crescimento, em especial, com a ampliação das TIC, que se atualizam de forma constante e tornam mais fácil o seu acesso (Tenopir, 2001).

Os periódicos, considerados relevantes meios de publicação científica, por apresentarem um modelo de avaliação por pares e se comprometendo com a divulgação de trabalhos inéditos de cunho científico, têm aumentado significativamente a sua participação, em meios digitais, a partir dos avanços tecnológicos das últimas décadas, visto que alguns passaram, ainda na primeira década dos anos 2000, a ser totalmente digitais (Blattmann, 2008).

Ainda, as TIC possibilitaram também a criação de diferentes ferramentas de disseminação da informação, a exemplo das mídias sociais, amplamente propagadas na rede mundial de computadores e presentes em diferentes plataformas. Saiote (2013, p. 3) destaca o desenvolvimento dessas mídias como um instrumento que possibilitou a expansão da comunicação da ciência, acarretando mudanças importantes nas práticas comunicacionais de cientistas e instituições. Para essa autora, diversos meios de comunicação possibilitam a partilha de conteúdos relacionados com ciência, “mas o surgimento da internet e, em consequência, o desenvolvimento dos meios sociais, revolucionaram as práticas de comunicação seguidas pelos investigadores e instituições científicas”.

De acordo com Lemos e Cunha (2003), a cada dia mais as tecnologias de informação estão presentes, na vida de todas as pessoas, sendo atualmente ferramentas de uso corriqueiro, massificado pela cibercultura. Assim, essas mídias potencializaram e amplificaram o efeito multiplicador da informação, uma vez que, ao ser repassada, rapidamente pode ser compartilhada de múltiplas formas, atingindo vários grupos e diferentes áreas do conhecimento.

Considerando a conceituação de periódico por Miranda e Pereira (1996), definido como sendo um instrumento que tem por finalidade publicar notícias científicas, em um veículo de divulgação do conhecimento, as quais tiveram origem em atividades de pesquisa; embora a oferta e o acesso a tantas ferramentas disponíveis na internet, para a disseminação da informação, o periódico é, ainda, um dos principais meios para a divulgação da ciência; as revistas científicas são um dos tipos de periódicos responsáveis por divulgar a produção intelectual, assim, este estudo propõe investigar a importância do uso das mídias sociais como instrumental de divulgação e da disseminação do conhecimento produzido na área do Direito/Ciências Jurídicas.

Quando as investigações científicas e tecnológicas são concluídas, via de regra os pesquisadores buscam a divulgação dos feitos em periódicos qualificados, eventos, livros e produção técnica ou artística, buscando apresentar aos pares os resultados alcançados e validar as informações junto à comunidade científica. Para Piccoli e Panizzon (2021), essa prática tem sido respeitada, de maneira rigorosa e qualificada, em termos de disseminação do conhecimento no meio acadêmico, científico, tecnológico e empresarial, com vista ao avanço da ciência. Entretanto os autores questionam como e quanto a população leiga está preparada, em relação à ciência, para a compreensão dos textos acadêmicos. Problematizam, ainda, como tais questionamentos sobre o alcance das informações divulgadas cientificamente circulam nos espaços de pesquisa e como isso pode ser feito.

Nessa perspectiva e, com base em reflexões acerca das questões relacionadas à divulgação da ciência, este estudo foi desenvolvido, no sentido de avançar no debate sobre a popularização do conhecimento resultante das pesquisas científicas na área do Direito, visando investigar o processo de comunicação científica neste campo, a partir de ações comunicacionais e informacionais disponibilizadas por revistas acadêmicas que se utilizam de novos dispositivos tecnológicos (mídias sociais), em redes eletrônicas (redes sociais virtuais), para a divulgação do conhecimento produzido, apresentando possibilidades ainda pouco exploradas na comunicação científica.

A partir de levantamento de publicações da área, suspeitou-se que apenas uma pequena parte dessas publicações mantinham perfis em redes sociais, embora o protagonismo desses espaços informacionais e a grande importância do uso das novas mídias como canal para o compartilhamento de pesquisas ou como ferramentas estratégicas para a divulgação das revistas científicas.

Recente estudo de Silva e Ferreira (2022) demonstrou que as mídias sociais não apenas têm promovido profundas mudanças, na vida de pessoas e instituições, como também têm influenciado sobremaneira o comportamento da academia científica. Pesquisadores da área indicam que, desde o início da década de 2010, há um progressivo e significativo crescimento do uso dessas mídias, as quais têm contribuído também para transformar o processo da comunicação científica, por se mostrarem eficientes canais de disseminação do conhecimento.

Silva e Ferreira (2022) indicam que, além de permitir melhor comunicação entre pesquisadores e a sociedade em geral, as mídias sociais, conceituadas como tudo

aquilo que é publicado na internet como convívio social, a exemplo de textos, áudios, vídeos, imagens, notícias, entre outros, têm sido utilizadas como fonte de informações, para mensuração da produção científica, tendo em vista que os periódicos científicos estão sendo inseridos em diferentes plataformas tecnológicas e alcançando um maior público.

Tais plataformas, como as redes sociais, blogs e outros canais, são locais de interação entre pessoas, ou seja, construídas para que o público poste, compartilhe e divulgue informações, gerando diferentes interações. Portanto essa nova forma de comunicar possibilita que o conteúdo dos periódicos científicos proporcione interação inclusive com um público não especializado, além de seus autores e leitores (Silva; Ferreira, 2022).

De acordo com Carvalho (2019), a popularização das redes sociais na internet e a conseqüente aproximação da academia com as mídias digitais têm colocado no debate novas questões relacionadas às formas de avaliação do impacto do conhecimento científico. Segundo o autor, é nesse contexto que a altmetria tem ganhado força, por ser um indicador complementar, entendendo que a medição de impacto por citações da pesquisa e seus autores não pode ficar restrita às publicações voltadas para a comunidade científica.

Carvalho (2021, p.20) afirma que a profusão de notícias falsas e o movimento 'anti-ciência', circulando livremente nas redes sociais digitais, devem ser aspectos motivadores, para que os portais de periódicos explorem o potencial de atuar na condição de "filtros informacionais de forma estratégica no ambiente digital [...], disseminando conteúdos que despertem o interesse do leitor a consumir informações de qualidade e confiáveis, pautadas em resultados de pesquisas científicas".

Para essa autora, o leitor pode futuramente vir a ser, também, o autor de um artigo de periódico, pós-graduando, colaborador científico do corpo editorial de um periódico, avaliador, financiador ou tão somente um cidadão que precisa pautar suas decisões e discussões na ciência. Nesse sentido, ela defende a necessidade de popularização da informação produzida na academia, a fim de que ela chegue à população em geral de forma mais interativa e dinâmica (Carvalho, 2021).

Em específico, quanto à pesquisa em Direito, de acordo com Spera e Mugnaini (2019), esse é um 'campo peculiar', que se reflete também em sua divulgação. De acordo com esses autores, no Direito, o livro é o veículo de publicação mais importante

e mais valorizado, embora o periódico venha aumentando seu prestígio de forma gradual.

Ainda, outra peculiaridade que caracteriza a pesquisa em Direito no Brasil, conforme afirmam Nobre *et al.* (2005, p. 30), é o seu padrão, que “passou a ser o parecer jurídico, que se tornou o modelo de pesquisa, sendo um dos entraves para a divulgação na área”, não havendo, segundo esses autores, um panorama muito claro sobre os veículos de publicação de pareceres jurídicos.

Ademais, a pesquisa empírica em direito se propõe a dialogar com a produção científica de outras áreas do conhecimento, tal como a economia, ciência política, sociologia, propiciando métodos e novas linguagens (Cunha; Silva, 2013). De acordo com os autores, é recomendável que os problemas de uma sociedade sejam enfrentados, por meio de múltiplos olhares, para melhor compreensão do objeto analisado.

Portanto, em que pese a sua relevância, trata-se de um assunto pouco explorado pela comunidade científica, tendo em vista que o próprio tema da pesquisa em Direito tem permanecido muito mais no âmbito dos debates, não se conhecendo, até o momento, grande número de pesquisas empíricas sobre o assunto (Rocha; Silva, 2020; Sobral *et al.*, 2021; Sobral; Bufrem, 2022).

Isso posto, suspeita-se que as publicações acadêmicas especializadas não utilizem, de forma regular e frequente, as mídias sociais, embora o seu potencial demonstrado, no sentido de democratizar e ampliar o acesso a temas específicos, que envolvem pesquisadores, comunidades de juristas, advogados, acadêmicos, entre outros e até mesmo parte significativa da população.

Dessa forma, tendo em vista as particularidades e a complexidade dos temas relacionados à área jurídica e seu grande interesse, para a população como um todo e, considerando-se que também a comunicação científica do Direito tem sido impactada pelo uso das novas tecnologias do conhecimento e da informação, apresentou-se o questionamento para este estudo: como as principais revistas acadêmicas na área do Direito/Ciências Jurídicas têm se apropriado das mídias sociais para ampliar a divulgação e, conseqüentemente, a popularização do conhecimento científico produzido na área?

No contexto apresentado, foi realizada pesquisa descritiva, qualitativa e quantitativa, que visou ao aprofundamento acerca do tema da inserção da divulgação científica, na área do Direito em ambiente digital, abordando o papel dos periódicos

nas mídias sociais, a fim de investigar se tal inserção tem proporcionado maior visibilidade, compreensão e popularização da produção acadêmica, em conhecimento técnico-jurídico, possibilitando assim maior reflexão sobre a temática e a sua aproximação com o público.

1.1 PROBLEMA

A comunicação científica pode ser caracterizada como o ato de divulgar um conteúdo normalmente de difícil compreensão para o público leigo em geral. Portanto facilitar essa compreensão e o acesso por parte de um número maior de pessoas têm sido, ao longo das últimas décadas, um desafio para os pesquisadores que buscam a popularização da ciência (França, 2015).

Embora não seja recente no Brasil, a divulgação científica ainda nos dias atuais é bastante segmentada, encontrando a sua forma mais efetiva de divulgação nos periódicos acadêmicos. Mesmo sendo bastante disseminados e acessíveis, ainda hoje constituem-se como um nicho destinado a especialistas, pesquisadores e estudiosos em geral.

Entretanto, de acordo com França (2015), o avanço da tecnologia e a presença cada vez maior da Internet, no cotidiano dos indivíduos, permite a modificação desse cenário, de forma a que a divulgação científica passe a ocorrer de maneira mais célere e com mais eficiência, por meio das plataformas virtuais, possibilitando alcançar maior número de pessoas, popularizando e permitindo a interação e a apreensão dos conteúdos disponibilizados.

Porém, na contramão dessas possibilidades, suspeita-se que as publicações acadêmicas especializadas não se utilizem, de forma regular e frequente, das possibilidades geradas pelas TIC para a divulgação da sua produção. Isso ocorre, embora o potencial demonstrado, por exemplo, pelas mídias inseridas em plataformas virtuais, no sentido de democratizar e ampliar temas específicos, que envolvam a vida da população, como é o caso das publicações da área do Direito e das Ciências Jurídicas. Nesse sentido, autores da área indicam a necessidade de haver mais contribuições e reflexões sobre o assunto, como também ampliar o seu acesso (Rocha; Silva, 2020; Sobral *et al.*, 2021; Sobral; Bufrem, 2022).

Acredita-se que a maioria dos advogados utilizem jurisprudências antigas de tribunais, por falta de informação atualizada, ainda que os processos e a literatura

jurídica, em sua maioria, estejam informatizados em meios eletrônicos. Assim, para Ruschel *et al.* (2014), as pesquisas sobre o judiciário ainda são poucas, mas muito importantes, a fim de auxiliar no aperfeiçoamento da prestação de serviços do judiciário, tanto nos seus sistemas internos quanto nas interfaces disponibilizadas aos usuários pelos sites na internet.

Ainda que existam vários periódicos nessa área e um grande volume de informações ser gerado diariamente por tribunais e por pesquisadores do meio, a academia necessita manter o controle na veiculação dessas informações, em razão das peculiaridades e complexidade dessa modalidade de divulgação. Esse pode ser um dos motivos de que, em grande parte, a opção seja por mantê-las em veículos próprios da comunicação científica, conforme já comprovado em diferentes estudos sobre a publicação científica nas mídias sociais. Entretanto é fato que o mundo acadêmico também possui uma demanda por outras formas de divulgação em meio eletrônico (Rocha; Silva, 2020; Sobral *et al.*, 2021; Sobral; Bufrem, 2022).

Assim, acredita-se que a facilidade do acesso possibilitada pelo ambiente virtual e a ampla popularização da *web* possa proporcionar um alcance maior da informação nessas mídias. Nesse contexto, importa ampliar os estudos que tratem do uso desses meios de comunicação, para a divulgação científica, buscando encontrar alternativas que mantenham a segurança dos dados e da informação e, ao mesmo tempo, possibilitem que mais pessoas consigam se utilizar do conhecimento produzido pela Ciência.

O reconhecimento de maior democratização do acesso à justiça, por meio do uso de novas tecnologias, é defendido por Santos (2005). Para esse autor português, por essa via, aprimora-se a circulação de informações, confere-se maior transparência à atuação do Poder Judiciário, aproxima-se o cidadão da Justiça e, dessa forma, facilita-se o exercício de direitos.

Assim sendo, o problema que fundamentou este estudo refere-se à tentativa de compreender como as novas tecnologias da comunicação e da informação têm sido utilizadas por publicações científicas na área do Direito e se essas tecnologias têm sido capazes de influenciar os processos informacionais e comunicacionais das revistas pesquisadas. Nesse cenário, a questão norteadora é como as revistas acadêmicas, na área do Direito/Ciências Jurídicas, têm se apropriado das mídias sociais, para ampliar a divulgação e, em consequência, a popularização do conhecimento científico produzido na área, considerando-se que também a

comunicação científica do Direito tem sido impactada pelo uso das novas tecnologias do conhecimento e da informação. Embora as potencialidades já conhecidas e demonstradas pelo uso das novas tecnologias seja possível garantir a confiabilidade e a segurança das informações, nas novas formas de gestão e difusão das informações, tendo em vista os riscos inerentes ao espaço virtual, um campo aberto para inverdades, *fakenews*, manipulação, já amplamente descritas no espaço-tempo no mundo contemporâneo, onde indiscutivelmente emergiu o conceito da pós-verdade? Como as principais revistas acadêmicas, na área do Direito/Ciências Jurídicas, têm se apropriado das mídias sociais, para ampliar a divulgação e, por conseguinte, a popularização do conhecimento científico produzido na área?

Na perspectiva apontada, definiram-se os objetivos geral e específicos deste estudo, apresentados no tópico a seguir.

1.2 OBJETIVOS

Nesta seção, foram apresentados os Objetivos Geral e Específicos elencados para este estudo.

1.2.1 Objetivo geral

O objetivo geral deste estudo foi investigar a presença e a atuação das revistas acadêmicas brasileiras na área do Direito/Ciências Jurídicas nas principais mídias sociais.

1.2.2 Objetivos específicos

Para a consecução do objetivo geral proposto neste estudo, estabeleceram-se os seguintes objetivos específicos:

- a) Mapear os periódicos brasileiros da área do Direito que obtiveram Qualis A1 no quadriênio 2013-2016 da CAPES;

- b) Reconhecer a visibilidade dos periódicos científicos do domínio do direito, classificados no estrato A1 do Qualis/CAPES 2013-2016, a partir da sua presença nas mídias sociais;
- c) Verificar se tem ocorrido efetiva atuação em favor de maior visibilidade e compreensão das publicações na área pelos interessados em geral;
- d) Contextualizar sobre as ações da divulgação e a popularização do conhecimento científico produzido na área do direito.

1.3 JUSTIFICATIVA

Considerando que, de acordo com Saiote (2013), a ciência é uma das bases fundamentais à formação do cidadão, como também recurso econômico e símbolo de competitividade de uma sociedade, comunicar a ciência tornou um aspecto essencial e com grande influência no crescimento e no desenvolvimento dos indivíduos e das sociedades.

De acordo com essa autora, as aplicações da produção científica contribuem, para a resolução das questões e problemas do cotidiano, como também para o desenvolvimento de novas técnicas, produtos e serviços, impondo-se como aspectos centrais do trabalho de cientistas e pesquisadores (Saiote, 2013). Portanto pesquisar o tema da popularização da divulgação científica, a partir da potencialização da internet e das mídias sociais, vai ao encontro da necessidade de otimizar a comunicação da ciência, por entendê-la como fundamental para os indivíduos e para a sociedade. Estudos que possam vir a beneficiar a difusão pública do conhecimento podem contribuir para o desenvolvimento e o bem-estar de um país, em seus vários aspectos, seja econômico, social, ambiental, em saúde, educação, tecnologia, entre outros, justificando a realização de trabalhos nessa perspectiva.

Em específico, do ponto de vista da divulgação científica, na área do Direito, tema central deste estudo, importa ressaltar que, nas sociedades democráticas, os cidadãos têm sua vida baseada e calcada nas decisões políticas sobre diferentes matérias, incluindo principalmente a observância às leis. Assim, os estudos vinculados às Ciência da Informação e ao Direito visam fortalecer a produção do conhecimento nessas áreas, bem como a interlocução com produtores (cientistas) e usuários enquanto público específico (advogados, juristas, pesquisadores, entre outros), como também o público leigo (população em geral). Portanto a expansão da comunicação

da ciência visa oferecer um apoio essencial aos cidadãos, para o exercício dos seus direitos cívicos, a partir da democratização do conhecimento acerca das legislações, processos, procedimentos, direitos e deveres dos indivíduos e da coletividade, justificando a importância deste estudo, do ponto de vista social.

Cordeiro e Gomes (2009) reforçam essa perspectiva, ao enfatizar que a modernização da Justiça deve ir ao encontro das necessidades dos cidadãos e das aplicações das Novas Tecnologias da Comunicação e da Informação (NTCI), que precisam estar orientadas para os interesses da cidadania. Dessa forma, a partir de maior entendimento dos proveitos e benefícios oferecidos por estas tecnologias, para a promoção e ampliação de direitos, espera-se igualmente colaborar para a evidenciar as modificações, na produção acadêmica da área, investigando o processo de comunicação científica nos periódicos da área do Direito que se utilizam das mídias virtuais nas redes sociais.

Outrossim, na área do Direito, grande parte das pesquisas e descobertas são de interesse de um público mais amplo, seja segmentado, a exemplo de juristas, advogados e acadêmicos, como também à população em geral, que se beneficiaria com maior acessibilidade às informações.

Por isso, fomentar a educação e o interesse pelas ciências jurídicas, bem como incentivar a participação do público, a respeito de leis, processos, decisões jurídicas, entre outros, a partir do acesso às publicações científicas em bases tecnológicas, são ações que podem aproximar o Direito de um público mais amplo.

O estudo pode servir de referência para a comunicação científica de revistas científicas brasileiras em mídias sociais e, também, por agregar valor à discussão acadêmica. Além dos aspectos relacionados à comunicação e novas tecnologias, este estudo tem como foco a gestão da informação e o acesso aberto às publicações em geral, especialmente aos periódicos, temas vinculados à Ciência da Informação. Este trabalho traz implicações empíricas, ao desvendar os fatores que auxiliam nos processos descritos, contribuindo para a visibilidade e disseminação do conhecimento científico.

Do ponto de vista pessoal, como profissional da área da Biblioteconomia/Ciência da Informação e do Direito, acredita-se que esta pesquisa possa contribuir minimamente para os estudos relacionados à área de atuação deste autor, visando fortalecer a produção do conhecimento científico e, sobretudo, com a própria dimensão prática da ação cotidiana que envolve seus processos de trabalho.

No tópico a seguir, é apresentada a estrutura desta dissertação.

1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Na perspectiva apontada, esta dissertação foi estruturada em cinco capítulos, conforme detalhamento a seguir.

O Capítulo 1, Introdução, traz a contextualização da temática, abordando aspectos referentes ao histórico da comunicação científica por meio dos periódicos, a evolução tecnológica e os desafios da divulgação de periódicos na área do Direito nas mídias sociais em plataformas virtuais. Trata, ainda, da motivação do trabalho, do problema, dos objetivos geral e específicos e, por fim, da justificativa para a realização do trabalho.

No Capítulo 2, são apresentados os conceitos gerais relativos à temática e à Revisão de Literatura, em que foram relacionados os autores que deram o suporte ao desenvolvimento deste estudo, trazendo os conteúdos que introduzem as questões que compõem o escopo do trabalho: comunicação e divulgação científica; o periódico científico no domínio do Direito e o periódico científico e as mídias sociais.

O Capítulo 3 apresenta o percurso metodológico utilizado no desenvolvimento da pesquisa, os motivos da sua escolha e sua adequação ao tema, bem como as atividades desenvolvidas, para a obtenção dos dados, compreendendo a tipologia e universo da pesquisa, abordagem quanto aos fins e aos meios, procedimento de coleta e análise dos dados, os objetos da pesquisa, as técnicas de coleta e a análise dos dados.

O Capítulo 4 traz os resultados, discussões e conclusões resultantes da pesquisa empírica e, por fim, o Capítulo 5 apresenta as considerações finais.

Ao final, são relacionadas as referências bibliográficas utilizadas na elaboração da dissertação.

2 CONCEITOS GERAIS E REVISÃO DE LITERATURA

Neste capítulo é apresentada a revisão da literatura sobre as temáticas abordadas na pesquisa, tendo em vista sua relevância para o estudo. Os autores elencados deram o suporte teórico acerca dos principais conceitos, características e classificações necessários ao desenvolvimento do estudo.

Entender os conceitos de comunicação científica e divulgação científica, visando estabelecer a diferenciação entre ambos, a fim de caracterizar em especial, o papel desempenhado pela divulgação científica, na atualidade, em tempos de revolução tecnológica e uso massificado das novas mídias em ambientes virtuais, é um aspecto central neste estudo.

Autores como Garvey e Griffith (1979) já definiam a comunicação científica como sendo um conjunto de atividades associadas à produção, disseminação e uso da informação, dado que, na fase da pesquisa, ocorre a geração da informação; já a disseminação acontece pela transferência da informação, por meio de canais de comunicação heterogêneos, os quais podem ser formais ou informais, orais ou escritos.

Contudo, para Valério e Pinheiro (1979), os princípios que regem a divulgação científica são indicados pela literatura com as denominações, como divulgação científica, vulgarização científica e popularização da ciência que, segundo elas, equivalem-se, e cada expressão é adotada, conforme o país e a época em que essa área é estudada.

Quando se trata do conceito da comunicação na contemporaneidade, importa ressaltar a importância do tema 'Sociedade da Informação e do Conhecimento', na dimensão proposta por Castells (1999), no seu clássico 'A Sociedade em Rede'. Na publicação, ele define a sociedade da informação como um período histórico caracterizado por uma revolução tecnológica, que tem sua base nas mudanças estruturais trazidas pelas tecnologias digitais de informação e de comunicação. Segundo o autor, o funcionamento desse novo modelo resulta de uma estrutura social em rede, que envolve todos os âmbitos da atividade humana, numa interdependência multidimensional.

De acordo com esse autor, nessa sociedade, destaca-se a importância da informação nas dinâmicas sociais, de um modo transversal, em qualquer período do tempo. Ainda, o termo 'informacional' qualifica uma organização social, na qual a

produção, processamento e transmissão de informações se tornam fatores essenciais na produtividade. Assim, o desenvolvimento tecnológico induz à formação das ferramentas de produção e de desenvolvimento de uma determinada atividade, considerando a quantidade e a qualidade dos recursos como uma métrica que permite avaliar a produtividade. Para ele, a fonte da produtividade situa-se na tecnologia associada à produção de informação e da criação e interpretação de conhecimento (Castells, 1999).

Costa *et al.* (2016) destacam que, nessa nova sociedade, o desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) decorrente, sobretudo, das possibilidades trazidas pela internet, trouxe mudanças profundas nas formas de comunicação e interação não apenas da sociedade, como também de organizações, produtos e serviços.

As autoras destacam que as novidades tecnológicas promovem também novas possibilidades de comunicação, pois permitem ao indivíduo, além de se comunicar, adquirir conhecimento, em qualquer lugar e a qualquer momento, o que tem influenciado fortemente o seu comportamento na busca e no uso da informação na contemporaneidade. Esse comportamento, denominado infocomunicacional, tem exigido conhecimento e gerenciamento do uso da informação para otimização e promoção de novas relações sociotécnicas inovadoras (Costa *et al.*, 2016).

Pereira e Silva (2020) destacam que as mudanças ocorridas nos processos de desenvolvimento, bem como seus impactos na democracia e cidadania indicam que a sociedade atual, influenciada pelos inúmeros recursos tecnológicos e pelo avanço exponencial das TIC, modifique as relações sociais, empresariais e as instituições. As TIC são alguns dos fatores mais importantes, para as profundas mudanças no mundo e, com a dinâmica da inovação, tornam-se imprescindíveis para o desenvolvimento global.

Pinheiro *et al.* (2020, p. 3) apontam que um dos grandes impactos da tecnologia foi o advento da internet, que provocou uma série de transformações, na sociedade contemporânea, em especial, na comunicação. As autoras destacam como um dos principais avanços a redução das distâncias, particularmente para aqueles que têm acesso aos dispositivos tecnológicos e dominam suas linguagens.

Elas percebem, ainda, a importância da internet como um ambiente que, ao proporcionar interações, gera uma grande rede de relacionamentos. E é nesse universo que emergem as redes sociais, que se “destacam por democratizar o acesso

e o compartilhamento de informações, características que têm atraído as instituições a essa nova forma de estabelecer relacionamentos e criar vínculo com seu público” (Pinheiro *et al.*, 2020, p. 3).

Segundo Prado (2019, p. 91), a comunicação científica trata-se de um “processo de produção, que se inicia com a ideia do pesquisador, depois há o desenvolvimento, a redação, a disseminação dos resultados e a ação de divulgação, que é a última etapa”.

Na mesma linha, Carvalho (2021) também destaca a definição da comunicação científica, que pode ser conceituada como um processo que envolve a produção, transferência e consumo, que ocorre no interior do campo científico, bem como a interlocução com diversas esferas políticas, governamentais, empresariais e industriais, responsáveis por financiar, apoiar ou aprovar leis que regulamentem as pesquisas.

A comunicação científica, historicamente, dá-se por meios dos periódicos científicos, publicados anteriormente de forma impressa e, nas últimas décadas, com o advento da internet e, em particular, após a introdução da *web 2.0* ou *web social*, com a disponibilização por meios eletrônicos. Com o aumento do acesso à informação e comunicação pelas redes eletrônicas, necessitou-se trazer à baila a discussão da relação da comunicação com a divulgação científica. Nessa perspectiva, Valério e Pinheiro (2008) destacam:

“A ampliação da audiência proporcionada pela Internet e a maior visibilidade da ciência com as versões eletrônicas dos periódicos científicos são exploradas e é discutida a aproximação entre público especializado e não-especializado, bem como a possível convergência de audiências a partir da comunicação em rede eletrônica e das tecnologias de informação e comunicação - TICs. Conceitos, características, funções da comunicação e da divulgação científica, bem como aspectos históricos da formação do público e da ciência, remetem aos principais autores dessas duas áreas e a re-pensar a divulgação da ciência e a “ciência pública” para além dos muros acadêmicos” (Valério; Pinheiro, 2008, p. 158).

De acordo com Bueno (2010), inicialmente, a análise dos conceitos de comunicação e divulgação científica remete a algumas indagações, entre as quais se a comunicação científica e a divulgação científica são aproximações e se confundem, ou seja, se podem ser consideradas como conceitos que designam o mesmo objeto.

Conceitualmente, a divulgação científica compreende a “[...] utilização de recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações ao público leigo” (Bueno, 2009, p.162).

Já a comunicação científica, segundo o autor, diz respeito à transferência de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações e que se destinam aos especialistas em determinadas áreas do conhecimento (Bueno, 2009). Ele ressalta que, embora os conceitos exibam características comuns, tendo em vista que ambos se relacionam à difusão de informações em ciência, tecnologia e inovação, ele pressupõe, na aplicação prática, aspectos que os diferenciam, entre eles, o perfil do público, o nível de discurso, a natureza dos canais ou ambientes utilizados para sua veiculação e a intenção explícita de cada processo em particular.

Também Valério e Pinheiro (2008) fazem a diferenciação entre os conceitos: enquanto a comunicação científica é a forma de estabelecer o diálogo com o público da comunidade científica – comunicação entre os pares - a divulgação científica visa à comunicação para o público diversificado, fora da comunidade científica.

Bueno (2010) indica que as maiores diferenças entre comunicação e divulgação científica estão no público de cada uma delas. O público difere, fundamentalmente, nos processos de comunicação e de divulgação científica. Conforme o autor, no primeiro caso, está identificado com os especialistas, ou seja, pessoas que, por sua formação específica, estão familiarizadas com os temas, os conceitos e o próprio processo de produção em ciência e tecnologia (C&T).

Conforme o autor, no segundo caso – divulgação científica - trata-se prioritariamente para não iniciados, ou seja, a pessoa não tem, obrigatoriamente, formação técnico-científica que lhe permita, sem maior esforço, decodificar um jargão técnico ou compreender conceitos das informações especializadas. Para ele:

O público de interesse da comunicação científica mantém percepção nítida das especificidades do método científico e não ignora o fato de que a produção da ciência está respaldada num processo cumulativo, que se refina ao longo do tempo, pela ação daqueles que a protagonizam (pesquisadores/cientistas). Ao mesmo tempo, reconhecem que ela precisa ser validada pela demonstração rigorosa e / ou pela comprovação empírica. A percepção do público leigo é difusa e encerra uma série de equívocos, como o de imaginar que C&T não se viabilizam num continuum, mas que progredem aos saltos a partir de insights de mentes privilegiadas. O público de interesse da divulgação científica não reconhece, de imediato, o caráter coletivo ou burocrático da produção da ciência e a individualiza” (Bueno, 2010, p. 2).

Portanto, conforme destaca Bueno (2010), a comunicação científica e a divulgação científica apresentam níveis de discurso diferentes, de acordo com as especificidades do público-alvo prioritário que receberá aquela informação por um determinado meio.

França (2015, p.12) ressalta que divulgação da ciência, popularização da ciência, comunicação pública da ciência, entre outras expressões, são utilizadas quase sempre “de forma mais ou menos adequada, ao se referirem ao ato de facilitar a compreensão de pesquisas e trabalhos de origem científica e/ou tecnológica, por parte da população em geral”.

Conforme essa autora, a utilização de traduções, exemplificações, ilustrações, esquemas, recursos visuais e o uso de sinônimos e termos aparentados são atividades de divulgação da ciência, realizados pelas mais diversas instituições, cujo objetivo é “fomentar e incentivar o interesse pela ciência e o entendimento de suas mais distintas dimensões” (França, 2015, p.12).

Ao traçar um perfil da divulgação científica no Brasil, a autora destaca que a divulgação científica, apesar de tardia no país, não é uma atividade recente, pois sempre aconteceu pelos meios de comunicação como televisão, rádio, revistas e jornais. Nas últimas décadas, com o advento da internet e a presença cada vez maior no cotidiano dos indivíduos, ocorre uma modificação no cenário, de forma que a divulgação científica acontece, também, por meio da *web*, “de forma menos dispendiosa, com maior alcance e cada vez mais popularizada e, além disso, ela propõe um princípio de interação maior que em outros meios” (França, 2015, p.12-13).

De acordo com essa autora, as oportunidades de divulgação científica na *web* são vistas como um importante recurso e “mecanismo de empoderamento ao usuário, ao cidadão, que munido de conteúdo e entendimento referente à ciência e tecnologia, promovido pela ação de divulgação, é capaz de opinar e atuar a partir da chance de incluir-se num assunto que também lhe importa” (França, 2015, p. 3).

Segundo ela, iniciativas de divulgação científica na *web* são, atualmente, com frequência, destinadas a informar o público sobre descobertas, inovações, curiosidades, eventos e pesquisas em andamento, embora não se limitem a isso. O cidadão, munido de conteúdo e entendimento, referente aos temas da ciência, promovido pela ação de divulgação, é capaz de opinar e atuar a partir da chance de se incluir em um assunto que também lhe importa (França, 2015).

Já Irizaga *et al.* (2018, p. 149) definem a comunicação científica como sendo o “intercâmbio de informações entre membros que compõem a comunidade científica, sendo consideradas também as atividades associadas à produção de Ciência, a fim de propagar a informação”, do momento em que ela é concebida enquanto ideia até

a divulgação dos resultados da pesquisa. Portanto a literatura científica e a comunicação científica são importantes elementos para se fazer Ciência, bem como disseminar o conhecimento científico.

Hurd (2000), analisando os estudos relacionados às tecnologias da informação, bem como as possibilidades de uma evolução sem precedentes, propôs um modelo de comunicação científica que, passando do impresso (papel) para o ambiente digital, em consequência, se tornaria mais ágil e dinâmico, mudança que também provocaria significativas transformações no processo comunicativo da ciência, segundo essa autora.

Conforme anteviu a autora, uma parte da comunicação científica se manteria nos moldes tradicionais, com a revisão sendo realizada pelos pares e pelo 'colégio invisível' – termo utilizado para designar a troca de comunicação entre pesquisadores, normalmente, sobre pesquisas em andamentos, com vista a agilizar o processo de comunicação científica, que pode se dar por correio eletrônico e lista de discussão, via internet. Entretanto a autora ressaltava a necessidade de haver mudanças nos processos de submissão e revisão (Hurt, 2000).

Hurt (2000) indicava ainda que, em 2020, esses colégios invisíveis seriam virtuais, e as atividades ocorreriam em espaços mais interativos, com a utilização do espaço em rede para a comunicação entre os pares. Por causa dessa nova dinâmica, haveria mais membros atuando nesse ambiente virtual, tendo em vista que um grande número de pessoas utilizaria a internet. A autora indicava também que, além disso, haveria novas ferramentas, para organizar e armazenar as informações, o que permitiria maior acesso aos conteúdos científicos e, conseqüentemente, à sua democratização.

Para além da expansão, no decorrer das últimas décadas, aconteceram também modificações na produção, disponibilização e comunicação da informação científica com a adoção dos meios eletrônicos, de forma crescente, a partir da adequação da *Web*, para a apresentação e comunicação de resultados científicos, de acordo com Gomes (2006).

A autora já indicava a importância dos estudos empíricos na área da Ciência da Informação, focalizando os processos de comunicação, por meio da Internet, mostrando significativa tendência de sua aplicação com finalidades simultâneas de comunicação entre os pares e busca de informação, como também a convergência de uso de meios eletrônicos de comunicação (correio eletrônico, listas de discussão,

salas virtuais) e de informação (bibliotecas virtuais, entre outros), constatando-se a diluição das fronteiras entre ambos. Para a autora, o emprego dos novos dispositivos tecnológicos, em redes eletrônicas, descortinava possibilidades inusitadas para a comunicação científica (Gomes, 2006).

Carvalho (2021, p. 39) destaca que, a partir do modelo de Hurd (2000), as bibliotecas e editoras universitárias podem elaborar esquemas para as publicações e comunicações das pesquisas desenvolvidas nas instituições de ensino. Com vista à realização da comunicação científica e, ainda, visando a levar o conhecimento científico tanto à comunidade acadêmica como ao público em geral, os profissionais da informação, que atuam nas bases de dados científicas das universidades, devem pensar estratégias que colaborem para transpor os dois primeiros ciclos, referentes à conceitualização e documentação sobre a comunicação científica e, na sequência, chegar ao terceiro nível da socialização do conhecimento científico, empregando as tecnologias de comunicação e informação.

Entretanto, de acordo com Piccolli e Panizzon (2021), a popularização também ocorre, por meio das publicações de artigos em periódicos. Para esses autores, citando Sousa e Vieira (2020, p. 173), “além de compartilhar a produção do conhecimento entre seus pares, em eventos científicos e publicações acadêmicas”, os pesquisadores precisam atender a “uma demanda social, para que a popularização do conhecimento científico, como forma de interação entre a academia e a sociedade”, para que se alcance a sociedade, mas não apenas em uma perspectiva de contato com o saber, mas também a partir do debate desse saber.

No tópico seguinte, discutem-se o desenvolvimento e a evolução do periódico, enquanto aparato essencial para a comunicação e divulgação da ciência.

2.1 MÍDIAS SOCIAIS E REDES SOCIAIS

A palavra mídia denomina “suporte, o veículo ou o canal de comunicação, pelo qual a informação pode ser conduzida, distribuída ou disseminada, como um “meio de comunicação” (Perassi; Meneghel, 2011), neste sentido até mesmo o corpo humano pode ser considerado uma mídia que tem o potencial de informar e comunicar algo (Prado, 2017). O que difere as mídias sociais das outras tecnologias de informação é a possibilidade do usuário expor conteúdo de forma pública e com isso até criar laço com outros usuários que tenham interesse em comum o que propicia a

disseminação e o compartilhamento de conhecimento. Para Recuero, Bastos e Zago (2015):

A expressão Mídia Social, enquanto conceito, compreende, justamente, o uso dos sites de rede social para conversação e espalhamento de informações, onde a estrutura dos grupos e das conexões online é capaz de filtrar e dar visibilidade para determinadas informações em detrimento de outras .

Bradley e McDonald (2013, p. 26) definem mídia social como sendo “um ambiente online criado com o propósito da colaboração em massa. É onde a colaboração em massa ocorre, não a tecnologia per se”. Outras definições do termo parecem manter o consenso de que um usuário comunica determinado conteúdo (informação, conhecimento, ideia ...) num ambiente que propicia a interação. Algumas dessas atividades de interação são: acesso online e arquivos, compartilhamento de objetos digitais, colaboração e cocriação, perfil de usuário e ferramentas de networking e vida virtual (Arasaki, 2016).

Em se tratando de Redes Sociais, para buscar o entendimento dessa expressão, é necessário que se atenha ao que Castells (2009), sobre o tema, define como um conjunto de nós, cuja relevância é variável, sendo esses nós os responsáveis pela absorção e compartilhamento das informações que fluem.

Embora fique mais evidente e seja mais discutido atualmente, a sociedade organizada e, operando em redes, não é algo apenas do “mundo moderno”, pois verifica-se que, na antiguidade, as pessoas já possuíam uma organização em rede e sua conectividade estava determinada pelas tecnologias de transporte disponíveis na época (Castells, 2009).

A concepção básica de redes - tanto para uso metafórico, quanto para o uso analítico - seria a de que a configuração de vínculos interpessoais entrecruzados é, de forma inespecífica, conectada às ações dessas pessoas e às instituições da sociedade. A ideia que permeia a metáfora de redes, é a de indivíduos em sociedade, ligados por laços sociais, os quais podem ser reforçados ou entrarem em conflito entre si (Acioli, 2007, p. 3).

Acioli (2007) e Castells (2009, p. 21) afirmam que “as redes são estruturas complexas de comunicação, construídas em torno de um conjunto de metas que, em momentos equânimes, garantem a unidade e flexibilidade de atender a comandos por sua adaptabilidade ao ambiente operacional”.

Maturana e Varela (2001) e Capra e Luisi (2014) atentam para o fator do ser humano ser um ser social, e a comunicação é uma maneira para o seu desenvolvimento.

Corroborando este conceito, Castells (2009, p.20) afirma que “na vida social, redes são estruturas comunicativas”. Segundo o autor, a distância entre os “nós” da rede pode ser próxima de zero quando os “nós” estão diretamente ligados e podem tender ao infinito.

As pesquisas nas áreas estão em pleno desenvolvimento, entretanto percebe-se que redes e mídias sociais são comumente confundidos. Com essa intenção este capítulo foi feito para trazer à luz que o termo mídia vem de meio, onde se disponibilizam informações e conhecimentos, as mídias sociais atuais tem como principal função comunicar um conteúdo para uma grande audiência. O termo rede vem de ligação entre as pessoas, a função das redes sociais também é comunicar um conteúdo, mas através da interconexão entre as pessoas. Sendo assim, as redes sociais referem-se às (inter)conexões estabelecidas entre sujeitos que partilham interesses em comuns e as mídias sociais são as plataformas nas quais as redes sociais podem ser estabelecidas.

2.2 O PERIÓDICO NA DIVULGAÇÃO DA CIÊNCIA

O periódico é uma ferramenta de comunicação científica definido por Targino (1998, p. 98), como sendo um “canal de comunicação formal dos resultados de estudos e pesquisas, em cada área do conhecimento, tendo como principal público os cientistas e que dispõe de mecanismos de controle e aferição de qualidade das informações veiculadas”. De acordo com a autora, três aspectos destacam-se nos diversos conceitos que abordam essa ferramenta de comunicação formal, pois, entrelaçados, constituem os fundamentos da comunicação científica: é um registro público, dissemina informação e possui uma função social, essencial para qualquer pesquisador.

Targino e Torres (2014, p.4) reiteram, assim, que a comunicação científica “se fundamenta na informação científica, responsável pelo conhecimento científico, o qual, por sua vez, representa acréscimo ao *status quo* de objetos particulares de estudo ou de especialidades ou de grandes áreas”.

Para as autoras, é evidente que a pesquisa científica está no alicerce de todo o processo de comunicação científica. Entretanto ela lembra que algumas situações limitantes foram se acumulando, no decorrer dos tempos, em relação às várias questões que envolvem o periódico científico, entre elas, a proliferação de títulos, dispersão de artigos, custos altos, falta de padronização, ineficiência, logística de distribuição ineficaz, limite físico, corporativismo editorial e dificuldade de manutenção das coleções (Targino; Torres, 2014).

Historicamente, Price (1976) analisa que a produção da Ciência divulgada com artigos mais curtos por pesquisadores foi um grande avanço, para o desenvolvimento da pesquisa, uma vez que facilitou a comprovação de teses de cientistas e pesquisadores, sob o crivo de seus pares e de acordo com diretrizes pré-definidas.

Também Hagstrom (1978), corroborando Price (1976), argumenta que o reconhecimento entre os pares é um dos maiores anseios dos pesquisadores, ressaltando, porém que poucos admitem que exista essa concordância e preferam subjetivar como uma incansável busca pelo conhecimento para tal processo.

Price (1976) relata, contudo que isso não aconteceu automaticamente e que demorou muito tempo até que os periódicos/e ou revistas científicas assumissem novos formatos. O autor lembra a transformação que eles foram sofrendo, ao longo do tempo, quando as diversas áreas do conhecimento se interessavam por terem suas próprias revistas, o que também fomentou o desenvolvimento dessa prática, a de publicar suas pesquisas em revistas.

Atualmente o mundo vivencia uma importante revolução tecnológica que modificou de forma indelével todas as formas de relacionamento, mas a transformação na comunicação científica percorreu um longo caminho até chegar aos dias atuais. Nessa trajetória histórica, Rosa e Barros (2012) destacam que foram Garvey e Griffith que, em 1965, apresentaram uma visão da estrutura do processo de comunicação científica.

O modelo, proposto, em uma época em que não existia ainda a internet, constituía-se como uma proposição de comunicação científica que demonstrava o processo de produção, disseminação e uso da informação. Nesse modelo, é abordado o fluxo do conhecimento científico que passa por diversas etapas do processo de pesquisa, com os respectivos canais para a comunicação dos seus resultados, numa sequência, passando por várias etapas intermediárias (relatórios preliminares,

audiências em encontros ou reuniões científicas, publicações em anais e pré-publicações) e, por fim, sendo publicados em meios formais (Garvey; Griffith, 1979).

De acordo com Ziman (1979), os periódicos científicos cumprem função de ascensão do cientista e de promover o reconhecimento do valor da Ciência, por atenderem a um critério de valoração da exigência de publicar artigos para serem analisados pelos pares, visando ao reconhecimento definitivo da pesquisa científica desenvolvida.

Para esse autor, faz-se necessário uma estrutura que dissemine e que tenha condições de recuperar os periódicos, o que daria maior visibilidade tanto para os autores como para os editores. A consolidação de um periódico depende de muitos fatores, sendo necessário que o campo da Ciência esteja em processo de crescimento e de investigação constante de novos conceitos e aprimoramento, de engajamento na produção de artigos e no surgimento de grupos de pesquisa que venham trabalhar para atender às demandas de publicações (Ziman, 1979).

Para Meadows (1999), a comunicação é o coração da Ciência, tão vital e importante quanto a própria pesquisa. Segundo o autor, a pesquisa se legitima, a partir da análise e aceitação pelos pares, exigindo assim que seja comunicada. E, ainda, a pesquisa, sem mostrar os resultados ao público pertinente, é um desperdício da atividade científica e de recursos financeiros. Afirma, também, que “a realização de pesquisas e a comunicação de seus resultados são atividades inseparáveis” (Meadows, 1999, p. 161).

Weitzel (2006, p. 84) afirma que os periódicos científicos se tornaram “o principal marco da constituição da estrutura da comunicação científica” e que surgiram pela “necessidade genuína de trocas de experiências científicas dos cientistas dos tempos modernos”. Ao longo dos anos, eles vêm se aperfeiçoando com muita rapidez e, desde a década de 1990, esse marco de comunicação científica tem se intensificado.

Para Miranda *et al.* (2018), a Sociedade da Informação é marcada pelo fluxo constante da produtividade de novos conhecimentos acadêmicos. Segundo as autoras, o periódico científico é decisivo, nesse processo global de desenvolvimento científico, por gerar um ambiente favorável aos avanços científicos e tecnológicos, em que a informação é o principal insumo da publicação científica, mais especificamente, dos periódicos. Dessa forma, destacam a importância de estudos sobre periódicos

científicos, principalmente, pela grande expansão ocorrida na última década, incluindo o número de títulos e a migração para o formato eletrônico.

Conforme destacam as autoras,

O acesso via internet a novos recursos informacionais produz novos desafios para a comunidade científica, tais como a aquisição da capacidade de operacionalizar os recursos a fim de garantir a busca da informação útil, com rapidez, qualidade e eficiência em diversos suportes eletrônicos. É importante destacar, porém, o fato de que, com a internet, o acesso à comunicação científica passou a ser mais globalizado, participativo e imediato, com novos meios de socializá-lo. Assim, a comunicação eletrônica requer usuários capazes de lidar inteligentemente com essas novas possibilidades, que imprimem uma velocidade muito maior na difusão e ampliam o acesso, uso e, possivelmente, de assimilação da informação. Estas inovações viabilizam, de maneira mais ampla, a disseminação da pesquisa científica e provocando mudanças no modo como o conhecimento científico está sendo difundido e acessado (Miranda, et. al., 2018, p.12-13).

De acordo com Parker (2005), a evolução da tecnologia está estritamente relacionada à evolução científica, não sendo possível dissociar desenvolvimento científico e tecnológico. O autor ressalta, entretanto que ainda que, a partir do uso das tecnologias digitais o processo comunicativo e também as formas de armazenamento, acesso e uso das publicações científicas são facilitados, especialmente no que se refere às limitações de tempo e de espaço, também estão presentes dificuldades no contexto do fluxo tradicional de comunicação científica.

Nesse sentido, é importante ressaltar que, mesmo diante de todas as ferramentas disponíveis na internet, para a propagação da informação, o periódico continua a ser um dos principais meios para disseminação da ciência. Conceitualmente, o periódico tem como principal finalidade publicar notícias científicas em um veículo de divulgação do conhecimento originado de atividades de pesquisa, sendo as revistas científicas um tipo de periódico (Silva, 2018).

Santa Anna (2019, p.13) aponta que pesquisas realizadas em obras bibliográficas e que investigam a comunicação, e os periódicos científicos têm reafirmado a importância da comunicação científica no desenvolvimento das ciências. Segundo o autor, as investigações têm indicado, ainda, o papel desempenhado pelos periódicos científicos nesse processo, os quais têm garantido rapidez e interação, nas trocas de informação necessárias, para viabilizar melhorias nas pesquisas e suas descobertas.

Esse autor afirma, ainda, que os resultados alcançados têm permitido concluir que os periódicos científicos continuam sendo os principais meios de comunicação científica utilizados, em todas as áreas do conhecimento e que o uso das

tecnologias digitais tem contribuído, para melhorar o processo de comunicação, “como também proporciona maior visibilidade das descobertas científicas e maior aproximação entre os diversos personagens envolvidos no processo de comunicação, disseminação e uso das informações científicas” (Santa Anna, 2019, p.13).

Piccoli e Panizzon (2021, p. 5), em pesquisa realizada junto a uma universidade comunitária sobre o tema da popularização do conhecimento científico (PCCI), como forma de interação entre a academia e a sociedade, demonstraram que esse é um espaço cada vez mais necessário para as instituições marcarem a sua presença. Os resultados revelaram o conhecimento e o interesse pelo assunto por parte dos docentes, “ou seja, tornar a popularização do conhecimento sustentável, não dependente apenas de ações isoladas”. Ainda, os professores relataram como enxergam os desafios e os possíveis resultados com essa prática. Além disso, os entrevistados argumentam que a preocupação com o Qualis e outros indicadores de avaliação institucionais ocasiona o distanciamento da popularização do conhecimento científico.

No Brasil, a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), órgão governamental responsável pela avaliação da pós-graduação *stricto sensu*, introduziu, em 1998, um sistema nacional de estratificação dos periódicos dos programas de pós-graduação, o Qualis Periódicos, estabelecendo, na prática, uma ferramenta de avaliação da produção científica de larga utilização, fazendo com que a soma de citações, em periódicos bem avaliados no sistema, acabasse se convertendo em um critério de qualidade da pesquisa. Seguindo mais uma vez a tendência mundial, muitos avaliadores, inclusive das Ciências Humanas (CSH), adotaram o Qualis e as práticas de qualificação bibliométrica da produção científica, situações que vêm se perpetuando até os dias atuais.

Fundamental para a promoção da pesquisa, o Portal de Periódicos da CAPES, como fonte de análise, é destacado por Almeida e Guimarães (2013) que definem o portal como:

É uma biblioteca virtual [...] que objetiva subsidiar o acesso ao conhecimento científico, constituindo-se hoje em um dos maiores acervos mundiais. É reconhecido como o principal mecanismo para o apoio bibliográfico às atividades de Ciência, Tecnologia e Inovação (CTI) brasileiro. [...] A coordenação de aperfeiçoamento de pessoal de nível superior possui como uma de suas responsabilidades a análise e classificação dos periódicos em face da sua qualidade, o qual é feito através do sistema Qualis (Almeida; Guimarães, 2013, p. 77).

Conforme constante no sítio da CAPES:

Qualis é o conjunto de procedimentos utilizados pela Capes para estratificação da qualidade da produção intelectual dos programas de pós-graduação. Tal processo foi concebido para atender as necessidades específicas do sistema de avaliação e é baseado nas informações fornecidas por meio do aplicativo Coleta de Dados. Como resultado, disponibiliza uma lista com a classificação dos veículos utilizados pelos programas de pós-graduação para a divulgação da sua produção. A estratificação da qualidade dessa produção é realizada de forma indireta. Dessa forma, o Qualis afere a qualidade dos artigos e de outros tipos de produção, a partir da análise da qualidade dos veículos de divulgação, ou seja, periódicos científicos e anais de eventos. A classificação de periódicos e eventos é realizada pelas áreas de avaliação e passa por processo anual de atualização. Esses veículos são enquadrados em estratos indicativos da qualidade - A1, o mais elevado; A2; B1; B2; B3; B4; B5; C - com peso zero. Note-se que o mesmo periódico, ao ser classificado em duas ou mais áreas distintas, pode receber diferentes avaliações. Isto não constitui inconsistência, mas expressa o valor atribuído, em cada área, à pertinência do conteúdo veiculado. Por isso, não se pretende com esta classificação que é específica para o processo de avaliação de cada área, definir qualidade de periódicos de forma absoluta. O aplicativo que permite a classificação e consulta ao Qualis das áreas, bem como a divulgação dos critérios utilizados para a classificação de periódicos e anais é o WebQualis (Bastos, 2023).

O conhecimento científico, para obter reconhecimento, necessitou ser formulado, a partir de critérios com certo rigor para sua formulação, a fim de atender a certas especificidades que fundamentem e justifiquem as formulações e explanações de um determinado assunto. Dessa forma, os fatores de classificação utilizados não apenas garantem maior credibilidade à informação científica, como também incentivam uma produção mais qualificada, decorrente do ranqueamento proposto (Silva, 2018).

Também Miranda *et al.* (2018, p.17) defendem que “a comunicação científica é um importante instrumento da Ciência, uma vez que compartilha o conhecimento científico entre a comunidade de cientistas e a sociedade”. Para essas autoras, o progresso científico e tecnológico, nas últimas décadas, tem provocado mudanças significativas quanto à forma de organizar, produzir e, principalmente, difundir novas ideias e as descobertas que se propagam por meio da comunicação da Ciência. Dessa forma, elas admitem a importância dos periódicos científicos, que são apontados como recurso transmissor mais comum na comunicação da ciência, desempenhando relevante missão no aperfeiçoamento do conhecimento científico.

Ainda, de acordo com Miranda *et al.* (2018), foi por meio dos artigos publicados em periódicos que a Ciência passou a ser reproduzida e reinventada com maior velocidade em prol da obtenção de novos conhecimentos e novas formas de pesquisa.

Elas ressaltam, ainda, que, no decorrer dos anos, os periódicos científicos foram se especializando de forma a disseminar a evolução da Ciência.

As autoras destacam, entretanto que as mudanças não foram somente na forma de disponibilizar o conteúdo, como também no formato. A partir do desenvolvimento das redes de comunicação eletrônica e atendendo a uma maior necessidade de agilidade do repasse das informações das comunidades científicas, o compartilhamento da produção científica, que tradicionalmente era realizada por meio dos periódicos impressos, com a entrada em cena da Internet e das novas tecnologias, foi possível disponibilizar *online* uma significativa quantidade da produção acadêmica, “contribuindo com a redução das desigualdades no acesso às informações entre os acadêmicos e pesquisadores” (Miranda *et al.*, 2018, p.17). Para essas autoras, a comunicação científica deve frequentemente buscar formas de aprimorar o uso e a visibilidade dos periódicos científicos.

Assim, as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) se atualizam constantemente e oportunizam novas maneiras de disseminação da informação. A divulgação científica, inclusive, é outra forma de veicular a informação produzida pela ciência, pois tem a função de “[...] democratizar o acesso ao conhecimento científico e estabelecer condições para a chamada alfabetização científica” (Bueno, 2010, p. 1).

Entretanto, em todo este processo da comunicação científica no Brasil, Gomes e Oddone (2020, p. 71) destacam a importância do Portal de Periódicos da CAPES para a pesquisa, a comunicação e a divulgação do conhecimento no país. Segundo as autoras, o Portal, que foi criado no ano 2000, é fundamental para o país por oportunizar, também, ampla cobertura da literatura internacional, destinada à comunidade de pesquisadores de todas as áreas, sendo seu acesso voltado para pesquisadores de instituições de ensino e pesquisa de todas as regiões do país.

Conforme as autoras, “o Portal de Periódicos da Capes é muito mais do que uma biblioteca digital federada, heterogênea e distribuída”, pois ele atua como uma política pública de acesso democrático ao conhecimento científico, “visando alcançar uma maior produtividade científica nacional, possibilitando uma internacionalização das pós-graduações brasileiras” (Gomes; Oddone, 2020, p. 71). Ainda, a idealização do Portal contribuiu também para a superação do impasse financeiro gerado, segundo elas, pela dispendiosa manutenção das coleções científicas nas instituições de pesquisas nacionais, além da redução dos recursos financeiros destinados a essa

manutenção e aos valores cobrados pelas editoras científicas pelos assinantes de periódicos impressos.

No próximo tópico, destacam-se os conceitos relacionados à presença do periódico científico em Direito, bem como conceitos relacionados à pesquisa empírica jurídica no campo jurídico.

2.2.1 O periódico científico no domínio do Direito

Oliveira (1998), ao conceituar o que é o Direito, afirma que, como ciência, o Direito valoriza, qualifica e atribui consequências a um comportamento. Segundo ela, não se trata tão somente da observância de critérios filosóficos, religiosos ou subjetivos, mas principalmente em função da sua utilidade social. Assim, para essa autora, o Direito enquanto conduta, é o momento de uma relação entre pessoas e não o momento da relação entre pessoas e divindade, ou entre a pessoa e sua consciência; portanto não se limita à verificação simples dos atos ou dos acontecimentos e, pelo contrário, eles passam a ser analisados pelas consequências daquilo que produzem. Dessa forma, o Direito enquanto ciência se preocupa principalmente com a ordem e a segurança da sociedade.

Nessa perspectiva, importa destacar a importância da divulgação científica para essa área, essencial por permear a sociedade como um todo e interessar sobremaneira ao público em geral e não apenas aos profissionais, operadores e acadêmicos/pesquisadores. Portanto é preciso que sejam utilizados todos os meios de divulgação e incentivo para a disseminação do conhecimento produzido pelos cientistas da área.

Conforme Freitas (2006), o primeiro periódico impresso no Brasil, a Gazeta do Rio de Janeiro, realizou o papel de divulgador dos assuntos científicos, noticiando a produção de obras, a realização de cursos, a produção e venda de livros e textos científicos. Além das notícias e alusões, o periódico chegou a publicar memórias científicas. Depois da Gazeta do Rio de Janeiro, surge a Idade d'Ouro do Brasil, na Bahia, assim como as revistas. As Variedades ou Ensaio de Literatura, o primeiro jornal literário brasileiro, também na Bahia e O Patriota, Jornal Literário, Político Mercantil &c. do Rio de Janeiro, o primeiro periódico especialmente dedicado às ciências e às artes no país.

Também de acordo com essa autora, da chegada da Corte Portuguesa até a década de 1930, um momento de grande transformação política e cultura do Brasil, poucos periódicos surgiram no cenário nacional, e os que surgiram tiveram vida breve. Para ela, pode-se explicar essa ausência pelo fato de que toda a estrutura administrativa, educacional e científica do país estava ainda sendo criada (Freitas, 2006).

O que hoje é denominado de "periódico científico era conhecido como "revista literária", "jornal de cultura", "jornal de ciências e artes", "jornal literário", entre outros, de acordo com a estrutura do conhecimento e da cultura científica da época, menos especializada do que é atualmente. Os "jornais literários" traziam artigos técnico-científicos redigidos, na linguagem própria da Ciência, com várias observações sobre experimentos realizados, gráficos, tabelas e fórmulas, além de artigos traduzidos de periódicos estrangeiros, caso dos periódicos do campo do Direito e das Ciências Jurídicas (Freitas, 2006).

As pesquisas e buscas de registros de publicações na área do Direito indicaram que a primeira revista jurídica de que se tem notícia, no Brasil, data do século XVIII - a Gazeta dos Tribunais, dos Juízes e Fatos Judiciais do Foro e da Jurisprudência - surgida em 1843, no Rio de Janeiro. Uma cartografia histórica que compõe um panorama do seu primeiro século, no Brasil, demonstra que as revistas da área começaram a ser impressas, em 1843 e vão até a década de 1940 (Silva, 2003, p. 262).

De acordo com Arunachalan (1981) e Lancaster (1984), há meios para se medir a importância e o prestígio dos periódicos, entre eles, o seu fator de impacto, utilizado para avaliar a sua qualidade, no que se refere à sua visibilidade pela comunidade científica, que se comprova pelo valor que os pesquisadores dão a alguns em detrimento de outros periódicos.

O Direito é um campo disciplinar que, assim como outras áreas do conhecimento, tem suas práticas e normas de comunicação entre os pares. Conforme Krepsky (2017, p. 20), vale ressaltar que o sistema só existe enquanto é possível a diferenciação de seu meio e, portanto, não pode existir sem um ambiente. Sendo assim, "os Sistemas do Direito e da Ciência, como subsistemas da sociedade global, possuem funções, operações, estrutura e comunicações diferenciadas". Para esse autor, é preciso que haja suas diferenças e suas singularidades, a fim de que os

sistemas existam e se sustentem; assim, é o sistema do Direito, que age e possui suas comunicações diferenciadas.

Como a sociedade é, sobretudo, comunicação, importa observar como eventuais acoplamentos entre esses sistemas podem interferir nas comunicações do Direito e da Ciência. Acerca dessa inserção, a produção acadêmico-científica sobre o Direito é uma comunicação do Sistema da Ciência, oriunda dos centros de produção científica, em especial, das universidades (Krepesky, 2017, p. 20).

Onde há sociedade, há o Direito - "*Ubi societates ibi jus*" - um jargão muito utilizado nas academias no curso de Direito e que define a importância da comunicação nesta área. Se as leis se expandem, essa comunicação emerge, por meio das pesquisas, especialmente nas universidades, uma vez que as doutrinas das leis produzidas por professores vão para as mãos de operadores - juízes, desembargadores, ministros, promotores e advogados que, por sua vez, vão trabalhar a partir dessas teses (Soares, 2012).

Ressalte-se que, à medida que essas doutrinas vão sendo utilizadas nos tribunais, vão tomando forma de jurisprudência e acórdãos, utilizados pelos operadores, que tomam um só caminho para fazer valer suas aspirações. Dessa forma, existe a necessidade de comunicação científica, por meio do Direito, de busca de entendimentos da interpretação das leis do Brasil com as leis de outros países. Assim, as redes sociais e os periódicos eletrônicos vêm assumindo um papel tão importante, a fim de que a Ciência assumira maior proporção de participação de seus membros e de intervenções de pares no aprimoramento de conceitos (Martins; Almeida, 2012; Soares, 2012).

Soares (2012) traz importante contribuição para a avaliação dos periódicos com a publicação de trabalho resultante de pesquisa de mestrado em que analisou publicações na área do Direito Constitucional. Segundo o autor, os resultados apontaram, para a existência de problemas relacionados à cientificidade dos trabalhos analisados, notadamente com relação à coerência e à consistência das pesquisas, o que, segundo o autor, demonstra a necessidade de uma reflexão mais atenta sobre os aspectos metodológicos da pesquisa em Direito. Para ele, "em suma, parece ter força a ideia da presença de certas deficiências metodológicas na produção do conhecimento em Direito. Questiona-se não só a qualidade da pesquisa jurídica, mas o próprio caráter científico dos trabalhos produzidos" (Soares, 2012, p. 10).

Em seu trabalho de pesquisa, Soares (2012, p.10), analisando dados da CAPES, afirma que “a produção científica na área jurídica apresentou crescimento quantitativo e qualitativo com o aumento da produção da área, em livros e capítulos de livros, como meio de divulgação de resultados acadêmicos”, enfatizando no seu trabalho a participação do Qualis Periódicos que, segundo ele, indica a relevância dos periódicos em qualquer ciência.

Entretanto o autor ressalta até mesmo como justificativa do seu trabalho uma lacuna relativa à existência de pesquisas abordando o processo da comunicação científica no Direito, mesmo com a relevância do tema, por ser um assunto pouco estudado pela comunidade científica (Soares, 2012).

Gomes e Oddone (2020, p. 71) esclarecem que a área do Direito iniciou tardiamente a sua comunicação científica. Segundo as autoras, os periódicos jurídicos nasceram, na Europa, com a finalidade de disseminar as novas informações “resultantes da ruptura metodológica, proveniente dos argumentos racionais que se contrapuseram aos argumentos absolutistas defendidos pelas universidades europeias até então”.

No Brasil, segundo as autoras, os periódicos jurídicos acadêmicos se consolidaram após a instituição do ensino superior no país. Para as autoras, atualmente, a pesquisa jurídica adquiriu um caráter interdisciplinar, que evidencia sua necessidade ao acesso à produção científica internacional, tanto para publicar suas pesquisas como também para citar o que já foi produzido. Nesse sentido, elas apontam a importância do Portal de Periódicos da Capes como uma essencial fonte de pesquisa (Gomes; Oddone, 2020).

A pesquisa no ensino jurídico é de suma importância para se aliar teoria e prática, uma ação refletida na área do Direito. Com ela é que se pode aprofundar o conhecimento, possibilitando a construção, reformulação e acumulação do saber, conforme Silva (2014). Para esse autor, o ensino jurídico passa por uma crise e, entre os fatores que agravam essa crise, está a dissociabilidade entre o ensino e a pesquisa.

Segundo ele, atualmente, predomina no ensino jurídico o método didático “da aula conferência, expositiva, num estilo mecanicista, em que o professor apenas repassa conteúdos assimilados previamente da leitura de manuais, sem que haja o estímulo à sua discussão e reflexão”; assim, o aluno ocupa uma posição passiva de “decorador de conceitos”, um mero objeto de assimilação de conhecimento, não atuando como sujeito produtor de conhecimento. De acordo com esse autor, são

poucas as exceções que adotam uma metodologia científica mais moderna e que institucionalizam a pesquisa, adotando um procedimento de indissociabilidade entre ensino e pesquisa (Silva, 2014, não paginado).

Corroborando Silva, Petry (2022) afirma a necessidade da ampliação da pesquisa acadêmica na área do Direito, tendo em vista que o conhecimento jurídico pode ser científico, reconhecendo a existência de uma Ciência Jurídica. Segundo esse autor, a pesquisa científica em Direito é uma atividade de investigação rigorosa e sistematizada de um tema de interesse jurídico, dirigida para identificar um problema ou lacuna no conhecimento e propor uma possível solução que, depois de testada, demonstrada e comprovada por diversas análises, é afirmada como tese ou proposição do trabalho. Ou seja, para ele, a pesquisa deve trazer alguma contribuição para o avanço no conhecimento daquela área do Direito abordada no estudo.

Entretanto, na perspectiva apontada por esta discussão, importa destacar que Nobre (2003) enfatizava justamente a questão de o ensino jurídico não se fundamentar em pesquisas, mas em resultados da prática jurídica profissional (do advogado, juiz, promotor), estreitando, nessa análise, a concepção de teoria jurídica presente na produção nacional. Para esse autor, isso estaria vinculado ao modelo de parecer vigente, um aspecto da atividade advocatícia que, ainda hoje, é a forma-padrão predominante de argumentação na produção acadêmica em Direito.

De acordo com o autor, essa questão poderia ser explicada, ainda que em parte, pela confusão corrente que se faz entre solucionar algo numa perspectiva técnica, jurídica e prática e a necessidade de compreensão e ou explicação de algo – a teoria, a pesquisa (Nobre, 2003).

Contudo, posteriormente, Fragale Filho e Veronese (2004) publicaram uma pesquisa em que apresentavam contrapontos e atualizações ao diagnóstico de Nobre (2003). Para esses autores, por apresentar particularidades, o desenvolvimento das práticas do Direito é diferente das demais áreas das ciências humanas. Ainda, eles apontavam a fragilidade do pressuposto de Nobre acerca de que o Direito não teria atingido níveis qualitativos de excelência na pesquisa, tendo em vista que esse autor baseou suas análises em um relatório do Conselho Nacional do Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) da década de 1980, além de especulações.

Assim, os autores fizeram uma proposta de análise quanti-quali, mais ampla e completa, utilizando-se de produções acadêmicas disponibilizadas em dados de Programas de Pós-Graduação (PPGD) em diferentes regiões do país. Apresentando

alguns dados da época, eles destacaram que a pós-graduação em Direito triplicou sua oferta entre 1981 e 2001; já entre 1997 e 2004, chegou a dobrar de tamanho, passando de 25 para 52 PPG. Tal expansão proporcionou o aumento da produção de pesquisa e de publicações na área, embora os autores indiquem que não aconteceu necessariamente um salto qualitativo (Fragale Filho; Veronese, 2004).

Neste sentido, apresentou-se como indicativo que a área não possuía sequer um programa com nota máxima da CAPES e que, portanto, não atingia os padrões internacionais de pesquisa. Contudo, na análise dos autores, não é possível concluir o atraso do Direito, em comparação com áreas vizinhas, tendo em vista que a pesquisa constatou que essas áreas eram muito mais beneficiadas com fomento à pesquisa em comparação à área do Direito (Fragale Filho; Veronese, 2004, p. 55-59). Assim, eles argumentam que a hipótese do atraso, em relação às outras áreas, conforme afirmado por Nobre (2003), consiste na ausência de uma reflexão epistemológica e metodológica mais consistente na área jurídica.

Posteriormente, Soares (2012, p.13) também apontou ausências nos estudos da área, afirmando que “o próprio tema da pesquisa em Direito tem permanecido muito mais no âmbito dos debates, não se conhecendo, até o momento, grande número de pesquisas científicas sobre o assunto”.

A partir das análises de Nobre (2003) e Fragale Filho e Veronese (2004), Araújo e Schiocchet (2021, p. 6) refletem que ambos os artigos não trazem análises e conclusões necessariamente opostas e, sim, complementares. As autoras analisam que os dois textos “reconhecem fragilidades qualitativas no modo de fazer pesquisa científica no Direito, as quais dizem respeito a aspectos epistemológicos, metodológicos e de fomento, mas também mercadológicos”. Acrescentam, ainda, que a demanda da área do Direito, para a formação de docente, particularmente na rede privada de ensino superior, privilegia o ensino em detrimento da pesquisa. Apontam, também, que as avaliações científicas, “dominadas por grandes corporações do mercado editorial, geram modelos dominantes e vieses, por vezes, excludentes de áreas do conhecimento e regiões geográficas”.

De acordo com Gomes e Oddone (2020, p. 75), a partir da segunda metade do século XX, a pesquisa jurídica, com a influência da interdisciplinaridade, proporcionou uma ênfase à pesquisa empírica, que motivou que a área do Direito buscasse recursos metodológicos e fundamentos empíricos de outros campos científicos. Para essas autoras, citando Fonseca (2009, p.41), a produção da área tornou-se crítica, não se

esgotando no âmbito da dogmática jurídica, mas submetendo "o conjunto de conceitos e categorias dogmáticas ao crivo de critérios de legitimidade e eficácia social".

Citando Martinho (2011), as autoras indicam como os periódicos jurídicos são classificados atualmente, dispostos em quatro tipos: (a) as revistas gerais ou generalistas, que se dedicam aos diversos ramos do Direito, incluindo artigos com temáticas variadas; (b) as revistas especializadas, que se dedicam a estudar uma disciplina jurídica específica e aparecem para suprir a falta de títulos especializados nesses ramos; (c) as revistas acadêmicas ou universitárias, que são vinculadas a uma instituição de ensino, possuem colaboradores que são alunos e professores dessa instituição e cujos artigos envolvem mais teoria jurídica, doutrina, seções de legislação, jurisprudência crítica ou fatos relevantes à vida acadêmica; (d) os boletins ou *newsletters*, que são de responsabilidade das associações profissionais de âmbito jurídico, sociedades de advogados ou outras instituições jurídicas, têm curta periodicidade e seus conteúdos são informativos sobre as atividades jurídicas, as produções legislativas e jurisprudenciais (Gomes; Oddone, 2020, p. 75).

Na sequência, discute-se a presença do periódico científico nas mídias sociais, influentes formas de comunicar no mundo contemporâneo, surgidas a partir das modernas tecnologias da informação e da comunicação e que alteraram as modalidades de comunicação na sociedade em rede.

2.2.2 O periódico científico e as mídias sociais

Conforme Valério e Pinheiro (2008, p. 160), o conhecimento incorporado pela literatura científica, por meio dos periódicos científicos, é também disponibilizado nas redes eletrônicas. As autoras afirmam que as versões eletrônicas dos periódicos científicos impressos, como também os periódicos científicos exclusivamente eletrônicos, estão cada vez mais presentes na grande rede (a Internet) e, segundo elas, são "cópias fiéis, espelhos ou não, do formato em papel, proporcionando o aumento da visibilidade da ciência e ampliando a audiência".

Para essas autoras, é dessa forma que o mundo acadêmico e o conhecimento científico, legitimados pelo sistema formal de comunicação da ciência, que têm no periódico científico a sua expressão máxima, passam a conviver com uma maneira de comunicação e informação diferente, que, ao extrapolar o convencional, acabam "rompendo fronteiras, ampliando a audiência e alcançando outros públicos, atingindo

a audiência da alçada da divulgação científica, fazendo uma grande interseção com públicos não especializados” (Valério; Pinheiro, 2008, p.160).

As autoras lembram ainda que existem inúmeros sites especializados, conectando milhares de pessoas e países mundo afora, por meio da Internet, com significativas evidências do aumento do acesso à informação por maior fatia da população mundial, além da geração de imensa quantidade de documentos que são disponibilizados em rede; do aumento do número de revistas científicas disponibilizadas *online*; das iniciativas de acesso livre, entre outras (Valério; Pinheiro, 2008).

Para elas, nessa realidade ocorram reflexões sobre a comunicação, a divulgação científica, o acesso à informação e ao conhecimento científico e tecnológico, bem como à participação no sistema de novos públicos, de várias regiões e países, ampliando os meios formais do sistema de comunicação científica (Valério; Pinheiro, 2008). Assim, a comunicação de ciência e sua popularização se entrelaçam, a partir dos processos comunicacionais, advindos das novas tecnologias de comunicação em rede eletrônica, havendo agora um público ampliado, fora da comunidade científica, compondo, dessa forma, uma audiência própria da divulgação científica.

De acordo com Silva *et al.* (2018, p. 22), no mundo contemporâneo, a partir do surgimento e da maximização do uso das redes sociais, a interação entre indivíduos, que já existia em espaços comunicacionais presenciais, ganha uma nova dimensão com o uso intensivo das tecnologias digitais de informação e comunicação, “tornando-se algo inovador e objeto de estudos, em áreas como comunicação, antropologia, sociologia, entre outros, transformando noções de tempo, espaço e alcance das informações na sociedade”.

Considerando as redes sociais na Internet, Recuero (2009) enfoca não apenas as ligações entre equipamentos (celulares, computadores, entre outros), mas principalmente o relacionamento entre pessoas. Assim, o tema das redes sociais está relacionado ao surgimento de estruturas sociais, como elas se formam e como suas interações possibilitam a geração de trocas, seja de informações ou sociais. Dessa forma, a autora caracteriza as redes sociais virtuais como plataformas na internet, compostas por pessoas conectadas por vários tipos de relações, dividindo valores, objetivos, interesses e ideologias, possibilitando um relacionamento sem barreiras geográficas que impeçam a interatividade.

Recuero (2009, p. 24) ressalta, ainda, que, para ser considerada uma rede social, é necessário que a rede seja composta por um conjunto de elementos, os atores e suas conexões. Nessa estrutura, os atores são representados por pessoas, organizações ou grupos (os 'nós', da rede) e as conexões pelas interações e laços: "é por meio dos padrões estabelecidos pelas conexões que a estrutura social surge, com seus tipos, suas composições e sua geração de fluxo de informações e trocas entre os atores sociais".

O conceito de redes sociais se reestruturou e ganhou novos aspectos com o advento da Internet e, mais especialmente, com o surgimento das mídias sociais. Silva *et al.* (2018, p. 22), tal como Recuero (2009), optam pela definição das redes como "estruturas sociais representadas como conjuntos de nós (ou membros do sistema social) e conjuntos de laços que representam as suas interconexões". Esse conceito está interligado ao acesso das pessoas à rede mundial de computadores, que torna a informação disponível a muitos indivíduos e estabelece laços compartilhados entre seus nós. Em resumo, trata-se de uma estrutura social formada por pessoas que compartilham interesses similares.

Rocha *et al.* (2016) apontam a relevância das redes sociais na internet, para a divulgação de artigos e pesquisas científicas, ao destacar que 69% dos usuários desses conteúdos percebem haver benefícios desse tipo de disseminação nesses espaços. Os autores constaram, ainda, que as redes têm sido cada vez mais utilizadas no âmbito acadêmico.

Com isso, as redes também trazem novas possibilidades, para a disseminação da ciência, oferecendo outras formas de disponibilização de conteúdo que, inclusive, otimizam o processo de publicação, fazendo-o mais próximo do público interessado, mais familiar e com maior alcance e facilidade de acesso (Cunha, 2016).

Já as mídias sociais podem ser conceituadas como espaços de colaboração e de compartilhamento de informações, com a construção coletiva de conhecimento, por meio de interações pela internet (Dotta, 2011; Silva *et al.*, 2018). São exemplos de mídias sociais o Facebook, Instagram, Twitter e Blog. As mídias sociais têm suas diferenciações e particularidades. Grosso modo, podem ser definidas como uma página ou um perfil na *web*, atualizada frequentemente com a colocação de postagens constituídas por imagens e ou textos. Em síntese, é o uso de tecnologias para tornar interativo o diálogo entre pessoas.

Para Araújo e Furnival (2016), o ciberespaço e, por conseguinte, as mídias sociais, proporcionaram a ocorrência de importante mudança nas práticas científicas, pois os autores de estudos têm nelas um canal de grande alcance na divulgação de suas pesquisas. Eles ressaltam que as mídias trazem aos pesquisadores um caminho, para a filtragem de novas fontes, bem como o contato imediato aos autores que divulgam nesse ambiente. Dessa forma, destacam que as redes sociais na internet, a exemplo do *Facebook*, podem ser utilizadas como fontes secundárias de informação, ao servir como ferramentas que conduzem leitores a uma fonte primária, como um periódico científico.

A partir dos anos 1990, houve uma explosão de sites populares que até os dias atuais são utilizados, para a distribuição em massa de notícias e outros conteúdos de interesse amplo ou segmentado, enfim, plataformas para compartilhamento de textos, vídeos, áudios e imagens, em que podem ser abrigadas publicações diversas, a exemplo de *links* de artigos, *downloads* e citações, disponibilizadas para vários usos (Greysen; Kind; Chretien, 2010).

O aperfeiçoamento e a evolução das Tecnologias de Informação e Comunicação e o surgimento das mídias sociais impulsionaram a divulgação em vários níveis. A própria definição de mídias sociais indica o porquê de elas serem, hoje, importante ferramenta da comunicação. Nessa perspectiva, o *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, entre outras, são exemplos de algumas das redes e plataformas utilizadas pelas mídias sociais e que alcançaram grande popularização no Brasil, cada uma com suas particularidades, algumas mais textuais e outras com foco maior em divulgação de imagens (Silva, 2018).

A mídias sociais atualmente possibilitam, por meio de suas ferramentas, uma eficiente difusão das informações que nela circulam. Experiências empíricas já demonstraram que as mídias sociais facilitam o agrupamento por semelhanças e a formação de redes por interesses comuns, permitindo o aperfeiçoamento do fluxo da informação (Silva, 2018).

Já o termo rede social se relaciona a um vasto espectro de agrupamentos sociais online dedicados a todo o tipo de atividade (Martino, 2015). Para esse autor:

“Na medida em que as redes se caracterizam pela existência de laços firmados a partir de interesses comuns, é possível verificar a formação de todo tipo de agrupamento para troca de informações, ideias e materiais, gerando não apenas uma interação entre os participantes no sentido de compartilhar conhecimentos, mas também o engajamento em questões políticas, sociais e culturais (Martino, 2015, p. 58).

Portanto, de acordo com Silva (2018), as mídias sociais *online* assumiram um papel muito importante, como meio de divulgação para diferentes finalidades, sendo apropriadas por vários públicos, usuários e produtores de conteúdo. A autora indica o exemplo do *Facebook*, que possui um perfil ou páginas de alta segmentação, utilizando ferramentas de criação de páginas e de grupos específicos, como amplo espaço para interação. Já o *Instagram* possui ferramentas em comum com o *Facebook* e o *Twitter* e permite a interação por curtidas, comentários e compartilhamento de conteúdo, além do uso de *hashtags*, que possibilita que o seu conteúdo seja compartilhado em outras redes.

Silveira *et al.* (2017), em estudo exploratório descritivo realizado junto ao *Facebook* sobre a fanpage de uma revista científica, ao descrever os resultados das postagens realizadas, identificaram e constataram o alcance de ações e estratégias relacionadas aos temas abordados, certificando a importância daquela mídia social, como fonte de informação secundária, para potencializar a divulgação científica e, por consequência, a disseminação da informação e do conhecimento, especialmente para o público ao qual se direcionava a revista, no caso profissionais e estudantes de Biblioteconomia e Ciência da Informação.

O *Twitter* funciona de forma diferente, embora também consiga agregar os interesses dos usuários utilizando as *hashtags*. Sua particularidade é o fato de que o seu espaço, para a construção de textos é curto, permitindo a utilização de um número limitado de palavras, que impede o aprofundamento dos assuntos abordados na plataforma. Entretanto há a possibilidade de inclusão de *links* de redirecionamento, “ganhando um caráter de mediação e sendo associado à velocidade de fluxo de informações” (Silva, 2018, p. 24). Dessa forma, de acordo com a autora, as mídias sociais ocupam um espaço importante de divulgação, dando fluidez à informação científica entre os grupos e permitindo alcançar outras esferas pelos compartilhamentos.

Fato é que, conforme já constatado por diferentes autores, não é suficiente fazer ciência, mas é preciso dizer ao maior número possível de interessados que a ciência está sendo feita. Sendo assim, não basta tão somente divulgar a produção científica entre os pares, sendo essencial que se crie interesses na sociedade, atingindo a um público com maior amplitude. Portanto, em um mundo altamente conectado, divulgar ciência pressupõe também utilizar as ferramentas disponíveis, no universo *online* digital, especialmente nas mídias sociais.

Entre as redes e mídias mais utilizadas, estão o *Facebook*, o *Instagram* e o *Twitter*, além daquelas especializadas em divulgação científica e outras, como os *blogs* e os fóruns de discussões. Diferentes pesquisadores da área têm se dedicado ao tema da divulgação científica, por meio das mídias sociais, a exemplo de Araújo (2015), que tratou da temática no artigo “Mídias sociais e comunicação científica: análise altmétrica em artigos de periódicos da ciência da informação”; Vieira *et al.* (2013), no artigo “Adoção da Web 2.0 em bibliotecas de universidades públicas espanholas: perspectivas de interação do bibliotecário com as redes sociais: relato de pesquisa”; Gonçalves (2012), com o artigo “Contribuições das mídias sociais digitais na divulgação científica”; Santaella; Lemos (2012), com o artigo “Redes sociais digitais: a cognição conectiva do *Twitter*”, entre outros importantes resultados de estudos de pesquisadores que se dedicam ao conhecimento da temática.

A expansão e consolidação das mídias de massa, durante o século XX, pelo aparato tecnológico, a necessidade social, o crescimento da cultura de massa e a criação da *World Wide Web* (WWW) proporcionaram aos pesquisadores e instituições de pesquisa outros modos de garantir a abertura da comunicação informacional entre pares (Gama *et al.*, 2022).

Publicações abertas, dados abertos, revisão por pares aberta, código aberto, caderno aberto de laboratório, recursos educacionais abertos, plataformas e *softwares* abertos, ciência cidadã, inovação aberta, inovação social e redes sociais científicas configuram um novo modo de produção e de comunicação científica, mas também inauguram um regime de informação simbolizado pelos movimentos de abertura (Gama *et al.*, 2022). De acordo com essas autoras, nesses processos, a Ciência da Informação constitui-se como um dos campos, cujo foco são as questões transdisciplinares sobre a informação, a construção do conhecimento científico e os avanços sobre abertura científica.

Para essas autoras, dentro do campo científico, a partir dos movimentos de abertura científica, ocorre a ascensão das TICs e a cultura digital que impactaram o *modus operandi* científico. A abertura científica trouxe a ressignificação, a partir dos movimentos *Open Access* e *Open Science* e a produção do conhecimento inclui, além dos resultados das pesquisas, os dados científicos produzidos. Para além das questões mercadológicas do acesso à informação, conclui-se que o processo de abertura implica a construção de um novo formato de documento composto também

por dados subjacentes, comprometendo-se, ainda, com o uso e reuso das informações (Gama *et al.*, 2022):

O movimento de ciência aberta, que incorpora o movimento de acesso aberto, colabora para delinear um modo de produção do conhecimento que desenvolve uma edição aberta das publicações científicas, incluindo não somente os resultados das pesquisas, mas as intervenções de cientistas e não-cientistas. [...] Pode-se identificar o movimento de acesso aberto como precursor da abertura da informação científica e sua importância em mudanças significativas na produção do conhecimento. A ele coube destacar as reflexões acerca do acesso à documentação no campo científico, contribuindo para a discussão de práticas científicas cujas finalidades são a abertura do processo de construção do conhecimento de modo mais transdisciplinar e incluindo todos os atores envolvidos (Gama *et al.*, 2022, p.44-45).

As autoras destacam que o acesso aberto volta a atenção da comunidade científica e da sociedade civil para mudanças ocorridas no perfil do financiamento de pesquisas e para a privatização do conhecimento. Segundo elas, o movimento de ciência aberta sintetiza a necessidade de pensar a importância da ação humana e da sociedade na produção do conhecimento científico. A sua evolução define as ações em torno dos dados científicos e a colaboração aberta em pesquisas de cientistas e não cientistas. O movimento de ciência aberta é, dessa forma, um desafio em diversos sentidos, e a discussão do movimento inclui sua abertura, propiciando às estruturas históricas, que garantiram a autonomia e legitimidade à área, com participação social, permitindo a autonomia, além da divulgação e em novas maneiras de comunicação dos resultados:

Em resumo, trata-se do desenvolvimento de um “novo contrato social para ciência” pautado numa maior humanização da participação civil, possibilitando mais do que a difusão das inovações científicas, desenvolvendo práticas que equalizem o conhecimento dos não-cientistas com cientistas, e no reconhecimento crítico de todos os atores envolvidos que, por meio de uma ação transformadora, instauram uma outra realidade mais libertadora. A abertura científica inclui pensar sobre a práxis científica de modo amplo, sendo relevante questionar modelos já institucionalizados e garantir que haja uma educação científica crítica que construa indivíduos, socialmente e cientificamente críticos, e com ferramentas para a construção de alternativas mais inclusivas (Gama *et al.*, 2022, p. 46).

Grosso modo, conforme destaca Castells (2007), são essas tecnologias que oportunizaram o surgimento de um conceito de dinamicidade na geração e distribuição de conteúdo que influenciam, na atualidade, praticamente todas as formas de relacionamento. Com a criação da *web* e a convergência de diversas mídias, bem como a ampliação do uso de plataformas digitais móveis, possibilitou-se uma

significativa alteração nas formas de comunicar, por meio das mídias colaborativas ou sociais.

Apresentados os autores que deram o suporte teórico à realização deste estudo, foram elencados, no próximo capítulo, os caminhos metodológicos utilizados na pesquisa para a execução dos seus objetivos.

3 PERCURSO METODOLÓGICO

A metodologia é o conjunto de técnicas que o pesquisador utiliza para realizar o seu trabalho. Segundo Gil (2002), uma pesquisa pode ser definida como um processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico, de maneira a se descobrirem respostas para problemas, utilizando-se de procedimentos científicos.

Segundo Recuero *et. al.* (2013, p. 24), uma das dificuldades da pesquisa nas Ciências Humanas e Sociais e, especialmente, da pesquisa a respeito das novas tecnologias e da internet, é a abordagem empírica. Para essas autoras, ‘como fazer’, ‘como aplicar’ e ‘como pensar’ abordagens metodológicas que sejam eficientes e que permitam aos pesquisadores coletar e analisar dados compatíveis com os seus problemas de pesquisa e com perspectivas teóricas, mantendo o devido rigor científico, constituem os maiores desafios que se colocam para os pesquisadores.

Em revisão da literatura para este estudo, a partir de meados do mês de maio de 2022, buscou-se construir a base teórica deste trabalho, com a realização de minuciosa busca em sites de universidades, bibliotecas virtuais e repositórios institucionais de publicações diversas, a exemplo de livros e artigos acadêmicos, em plataformas como *Google Acadêmico*, *SciELO* e no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES, entre outros. Para tanto, foram utilizados termos e palavras-chave como: “Divulgação científica”; “Comunicação científica”; “Revistas científicas na área do Direito”; “Periódicos da área do Direito”; “Redes sociais e divulgação científica”; “Mídias sociais e divulgação científica”; “Periódicos brasileiros de Direito”; “Periódicos de Direito *online*”.

Embora a comunicação e a divulgação científica sejam temas tratados de forma ampla por pesquisadores de diferentes áreas, apresentando um alto número de trabalhos (artigos, ensaios, dissertações e teses), ao se afunilar o tema para a especificidade definida nos objetivos deste trabalho, constatou-se que ainda apresenta lacunas. Tal resultado levou a que este pesquisador suspeitasse de algumas ausências e, portanto, da existência de espaços, para a realização de pesquisas que abordem especificamente o processo da comunicação científica na área do Direito/Ciências Jurídicas, utilizando mídias sociais em plataformas virtuais, com ênfases nas redes sociais mais populares atualmente: Facebook, Instagram e Twitter.

A ferramenta Fanpage Karma permitiu ao pesquisador analisar e comparar as fan pages de sites de redes sociais individuais. A ferramenta simplifica o processo de cálculo de variáveis-chave, como o número de reações do usuário ao conteúdo das páginas; o número de postagens, comentários, curtidas e não curtidas; a média diária de postagens realizadas; os textos, imagens, vídeos e links mais populares; e o tipo de hashtags usadas pelas postagens. As descobertas indicam que redes sociais brasileiras, usaram com frequência o Facebook durante o bloqueio, seguido pelo Instagram e pelo Twitter. Em uma extensão muito menor. Nem todas as bibliotecas universitárias polacas fizeram uso igual das redes sociais durante o confinamento, apesar da disponibilidade de conteúdo e da facilidade de utilização (Gmiterek, 2021).

Nesse conteúdo é possível evidenciar que as redes sociais, cada uma com as suas qualificações, porém, tendo em conta que o *Facebook* e o *Instagram* fazem parte da mesma empresa, a *Meta*, trabalham com o mesmo tipo moderador de algoritmo para as postagens e o *Twitter*, agora *X*, tem se tornado uma rede cada vez mais comercial.

Dessa forma, estão relacionados, neste capítulo, os procedimentos que nortearam o desenvolvimento do estudo, sendo apresentados os aspectos metodológicos quanto à abordagem, o tipo de pesquisa quanto aos fins e quanto aos meios, o universo da pesquisa, os procedimentos de coleta dos dados e os procedimentos de análise.

3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

Para obter as informações e conhecimentos necessários ao desenvolvimento do presente trabalho e à consecução dos objetivos geral e específicos deste estudo, quanto à abordagem, esta é uma pesquisa qualitativa e quantitativa. Quanto aos fins, trata-se de uma pesquisa descritiva, tendo em vista que visou descrever um fenômeno ou objeto de estudo, analisando a relação entre suas variáveis, caso deste trabalho.

3.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

Investigar a presença e atuação de periódicos científicos, nas redes e mídias sociais, pode contribuir na compreensão sobre como as revistas têm se saído nessa tarefa (Araújo, 2018). Nesta pesquisa, trabalhou-se com três processos de coleta de dados: (a) o mapeamento das revistas do Direito a serem analisadas; (b) a identificação das mídias sociais nas quais as revistas se fazem presentes; e (c) levantamento dos indicadores de desempenho de cada revista.

O mapeamento das revistas foi realizado na Plataforma Sucupira Web Qualis no campo de consulta, selecionando a última classificação disponível, que foi do ano de 2013-2016, conforme atualização disponível no momento da busca, indicando como área de avaliação “Direito”. Em seguida, foi gerada planilha com a relação das revistas, contendo nome, título e estrato. Ao todo, foram identificadas 127 revistas no estrato Qualis A1. Excluídas as revistas estrangeiras ficaram para a verificação na etapa seguinte 97 revistas.

A identificação da presença online das revistas foi feita pela verificação do seu título e ISSN em consultas aos seus websites, em busca de informações ou indicações de possíveis mídias sociais em que elas fazem a divulgação científica dos artigos. De forma complementar, as principais mídias sociais foram utilizadas com buscas pelo nome ou sigla das revistas.

O levantamento dos indicadores foi feito a partir da mesma ferramenta de monitoramento de métricas de mídias sociais utilizada em pesquisas semelhantes como a de Araújo (2018). Trata-se da ferramenta Fanpage karma.

Todas as revistas foram submetidas à visitação de suas páginas e verificação nas três principais mídias relacionadas neste estudo, a saber: Facebook, Instagram e Twitter. O levantamento executado, por meio da ferramenta FanpageKarma, visou realizar a contabilização, classificação e análise de desempenho das revistas, nas mídias sociais selecionadas, considerando os indicadores de desempenho, como a) visibilidade, que foi medida pelo indicador-chave de desempenho do número atual de fãs das páginas das revistas; b) Influência foi considerada pelo indicador-chave de desempenho de crescimento médio do número de seguidores alcançados pelas páginas no período analisado; c) Engajamento, o maior desafio da atuação em mídias sociais foi medido por indicadores-chave de índice de engajamento, de interações em postagens e total de interações e d) Reputação que é construído e percebido na comunicação digital, a partir da combinação dos indicadores, uma vez que a reputação é um valor atribuído na percepção combinada de impressões. Trata-se de um atributo de confiança adquirida, a partir da performance associada a uma boa visibilidade, reconhecimento, capacidade de influência e engajamento (Araújo, 2018, p.14).

Conforme sustenta Araújo (2018, p. 103), verificar se os artigos passam a circular na *web* social e compreender as métricas que sustentam seu fluxo na rede contribui para entender o fluxo e ordenação das publicações. O site

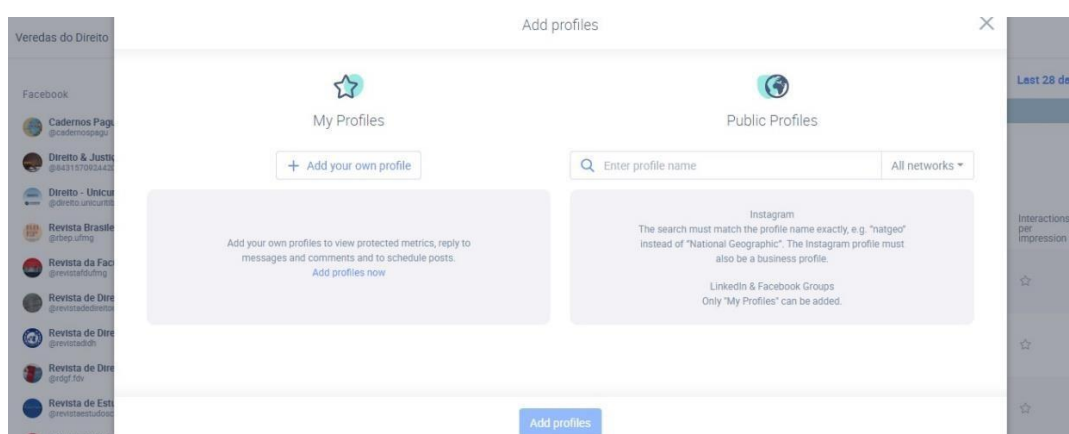
<https://www.fanpagekarma.com/> afere indicadores de desempenho com base na presença e atuação de perfis e contas em diversas fontes da web social.

3.3 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DOS DADOS

O meio utilizado, para a consecução deste trabalho, foi a ferramenta Fanpage Karma, com a ferramenta que é paga pelo serviço, o qual oferece as soluções, pelas quais se buscam as respostas. A licença foi conseguida por uma minuta escrita deste trabalho, pedindo acesso irrestrito a todas as ferramentas que estão disponíveis para versões pagas, no ícone de final de página “entre em contato conosco agora” e, de maneira ao incentivo à pesquisa, foi fornecida uma chave de acesso irrestrito em meu nome por seis meses, podendo ser usada somente no meu computador pessoal. O valor no entendimento de quem escreve esse manuscrito é alto, girando em torno de \$216 dólares por mês, o que, no caso, tornaria a pesquisa inviável.

Uma vez concedido acesso e uso não comerciais da ferramenta, para fins de pesquisa acadêmica, foram realizados os procedimentos de: (1) busca e adição das revistas (Figura 1), (2) disposição e análise no dashboard (Figura 2), e (3) extração e exportação de dados e visualização (Figura 3).

Figura 1 - Página de busca e de adição das revistas

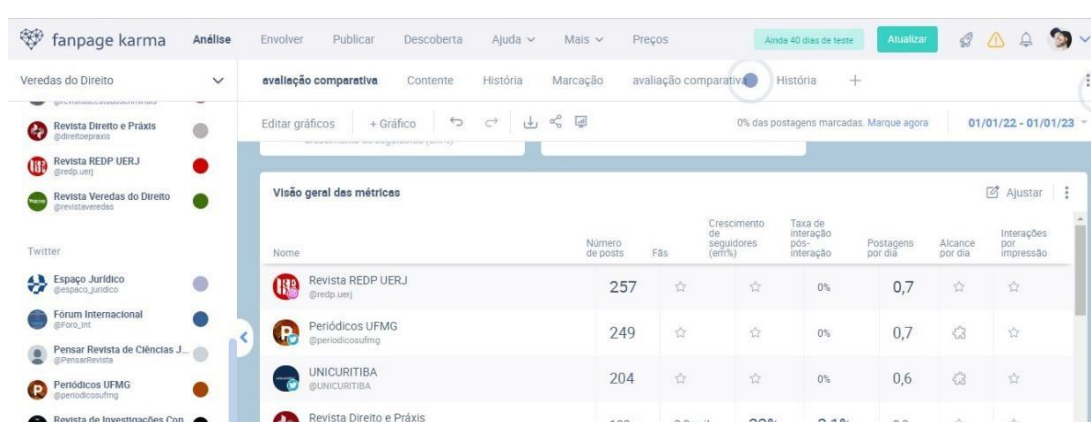


Fonte: FanPage Karma, 2023.

Na página inicial, após ter utilizado a chave que o Fanpage Karma forneceu, abriu-se essa tela para perfis pessoais e profissionais. A utilização é bastante simples, bastando colocar o nome das revistas procuradas, ou, quando não encontradas pelo

nome, ir testando variações de possíveis nomes, invertendo a ordem das palavras, indo até os sites das universidades e procurando quais os nomes das revistas nas mídias sócias e, pelas informações contidas nas descrições, encontrar as páginas, de acordo com suas devidas singularidades e, a partir daí, elas já constarão na página seguinte, que é a figura apresentada abaixo. Esse processo foi feito com todas as 97 revistas que a Plataforma Sucupira Web Qualis disponibilizou de acordo com o estrato escolhido para essa pesquisa.

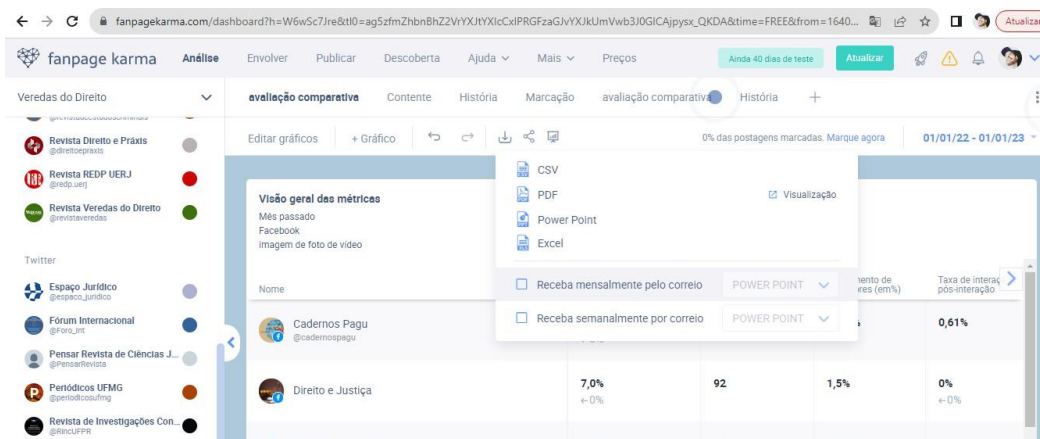
Figura 2 - Página de início após revistas já adicionadas



Fonte: Fanpage Karma 2023.

Nessa página, pode-se perceber que as revistas surgem, numa aba lateral, separadas de acordo com as mídias sociais em que estão inseridas. No canto superior direito, tem-se a maneira de escolha do lapso temporal em que se pretende fazer a pesquisa a partir do qual extraem-se os dados em vários formatos que a página disponibiliza (.CSV, .PDF, .PPT e .XLS), realizando os *downloads* como arquivos para a realização das eventuais análises. Essas informações de formatos de extração de dados estão presentes na Figura 3.

Figura 3 - Modelo de extração dos dados



Fonte: Fanpage Karma, 2023.

A aplicação web do FanpageKarma.com é toda em língua inglesa, porém foi traduzido para facilitar no entendimento de termos técnicos e que não foram compreendidos. A ferramenta também disponibiliza aos seus assinantes a possibilidade de receberem atualizações (mensal ou semanalmente) das contas que monitoram.

4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Preliminarmente, foram aferidos os seguintes dados: dos 127 registros de revistas encontradas, 97 são especificamente do campo do Direito, ou seja, publicadas por programas de pós-graduação em Direito de universidades e ou de entidades da área. As demais, embora tragam artigos que tratam do tema e ou relacionados ao Direito, não são específicas da área e, por isso, foram desconsideradas na amostra inicial. Para esta investigação, o pesquisador verificou todas os títulos relacionados, para verificar o conteúdo das publicações e se eles se enquadravam no escopo definido para esta pesquisa.

Entre as 97 revistas pesquisadas, 37 se enquadravam como Qualis A1 na classificação da CAPES. Por fim, apenas 19 do total das revistas pesquisadas tinham perfis nas redes sociais destacadas para efeito de ambiência desta pesquisa. As publicações relacionadas no Quadro 1, a seguir, são todas do campo do Direito, trazendo conteúdo específico dessa área. No quadro, é possível identificar o ISSN da revista, seu título, área de avaliação, estrato Qualis A1 e o indicativo de em qual mídia social o periódico se faz presente.

Quadro 1 - Periódicos Qualis A1 do campo do Direito e sua presença nas mídias sociais

	ISSN	Título	Área de Avaliação	QUALIS	F	I	T	Instituição
01	1809-4449	Cadernos pagu	Direito	A1	X	X		UNICAMP
02	1516-6104	Direito, estado e sociedade	Direito	A1	X	X		PUCRIO
03	1519-5899	Espaço jurídico	Direito	A1			X	UNIJUI
04	1806-9592	Estudos avançados (USP)	Direito	A1				USP
05	1413-7038	Justiça do direito (UPF)	Direito	A1	X			UPF
06	1415-5400	Revista brasileira de ciências criminais	Direito	A1	X	X		IBCCRIM
07	0034-7191	Revista brasileira de estudos políticos	Direito	A1	X			UFMG
08	1983-3121	Revista brasileira de política internacional (online)	Direito	A1	X			UFMG
09	1984-1841	Revista da faculdade de direito da Universidade Federal de Minas Gerais	Direito	A1	X			UERJ
10	1809-6077	Revista de direito da cidade	Direito	A1	X			INICUB
11	2236-997X	Revista de direito internacional (Uniceub)	Direito	A1	X			FDV
12	2175-6058	Revista de direitos e garantias fundamentais	Direito	A1	X			PUCRS
13	1676-8698	Revista de estudos constitucionais	Direito	A1		X		UFPR
14	2359-5639	Revista de investigações constitucionais	Direito	A1			X	UNB
15	2179-8966	Revista direito e práxis	Direito	A1	X	X	X	UERJ
16	1981-3694	Revista eletrônica do curso de Direito da UFSM	Direito	A1	X	X	X	UFSM
17	2316-753X	Revista jurídica – Unicuritiba	Direito	A1	X		X	UNICURITIB AJUR
18	2238-3212	Revista justiça do direito	Direito	A1	X	X		UFU
19	2179-8699	Veredas do direito	Direito	A1	X	X	X	DOMHELDE R

Fonte: elaborado pelo autor, com dados da Plataforma Sucupira/Web Qualis, consulta às Mídias Sociais Facebook, Instagram e Twitter e verificados nos sites de cada revista. Legenda: F: Facebook; I: Instagram; T: Twitter.

Todas as revistas possuem *ISSN* verificado no Portal *ISSN* e, dessas apenas 20 têm presença *online* e contam com perfil em uma ou mais redes sociais elencadas (*Facebook*, *Instagram* e *Twitter*). As demais possuem *hiperlinks* que, quando clicados, direcionam para o *website* da revista.

Das publicações investigadas, doze estão alocadas no *Facebook*, mídia social mais utilizada e comum; no *Instagram*, foram encontradas sete páginas de revistas, e cinco revistas no *Twitter*

Vale ressaltar que 35% das revistas possuem páginas, em mais de uma rede social, essa informação resvala no total de revistas encontradas, em cada uma das redes sociais citadas no parágrafo acima, com destaque para as (sete) revistas presentes em duas: (Cadernos Pagu (*Facebook* e *Instagram*); Direito, Estado e Sociedade (*Facebook* e *Instagram*); Revista Brasileira de Ciências Criminais (*Facebook* e *Instagram*); Revista Justiça e Direito (*Facebook* e *Instagram*); Revista Jurídica Unicritiba (*Facebook* e *Twitter*); e em três: Revista Direito e Praxis (*Facebook*, *Twitter* e *Instagram*); Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM (*Facebook*, *Instagram* e *Twitter*); e Veredas do Direito: (*Facebook*, *Twitter* e *Instagram*).

Para a análise da visibilidade, influência, engajamento e reputação dos dados subtraídos, foram utilizadas as descrições de cálculos que Araújo (2018, p.12) utilizou, para a construção de seu manuscrito a respeito dessa temática, a saber:

- Visibilidade: nº atual de fãs. Quantitativo atual do número de seguidores que a página possui.
- Influência: nº crescimento médio de fãs. Crescimento médio do número de seguidores no período analisado.
- Engajamento: É a quantidade média de *reactions* e comentários por dia, dividido pelo número de fãs.
- % índice de engajamento: Valor de engajamento dos fãs com a página. É calculado pela quantidade média de *reactions* e comentários por dia dividido pelo número de fãs.
- % interações em postagens: Valor médio de *reactions*, comentários e compartilhamento por fã para todas as postagens.
- nº total de interações: Valor total de interações (soma de *reactions*, comentários e compartilhamentos).
- Reputação: O índice de desempenho da página é uma combinação do valor de índice de engajamento e do crescimento do número de fãs da página. É o indicador geral da força de uma página (Araújo, 2018).

4.1 ANÁLISE DE DESEMPENHO DAS REVISTAS NO FACEBOOK

Foram pesquisadas 12 revistas no *Facebook*, sete revistas no *Instagram* e seis revistas no *Twitter*. A Tabela 1 apresenta a distribuição das 12 revistas presentes no Facebook pelo seu desempenho, considerando cada uma das métricas selecionadas para esta pesquisa. As revistas estão ordenadas pela medida de visibilidade.

Tabela 1 - Desempenho das Revistas do Direito nos indicadores-chave analisados - Facebook

Revista	Visibilidade	Influência	Engajamento	Reputação
Revista Direito e práxis	6.700	2,1 %	0,045%	-
Revista de Direito Internacional dos Direitos Humanos	4.500	12,32%	-	-
Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM	3.400	9,31%	0,03	-
Revista Direito da Cidade	2.700	7,39%	0,04%	-
Revistas de Estudos Constitucionais	2.400	6,57%	-	-
Direito – Unicritiba	2.400	6,57%	-	-
Revista da Faculdade de Direito da UFMG	2.200	3,18%	0,69	-
Revista de Direitos e Garantias Fundamentais	1900	5,20%	-	-
Revista Veredas da Justiça	946	2,59%	0,31	0,031
Cadernos Pagu	164	0,44%	0,2%	-
Direito e Justiça	102	0,27%	-	-
Revista Brasileira de Estudos Políticos	9	0,0032	-	-

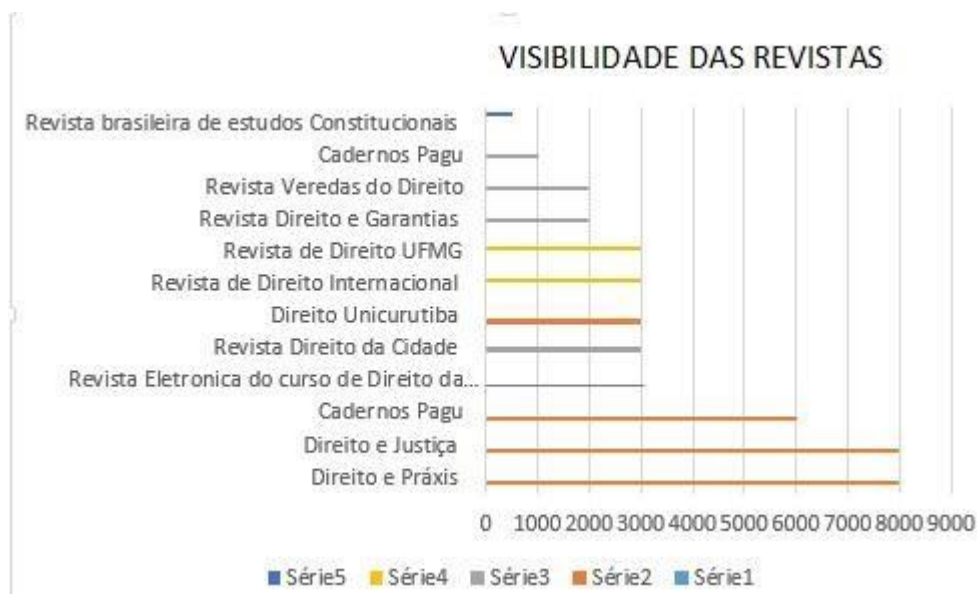
Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A visibilidade total atingida verificada foi de 27.421 fãs, dando uma média de 1.785 seguidores para cada revista. Oito revistas estão acima dessa média, com destaque para a Revista Direito e Práxis com 6.700 fãs e a Revista de Direito internacional dos Direitos Humanos com 4.500. A Revista Brasileira de Estudos Políticos, embora seja uma das mais antigas, editada pela UFMG desde 1957, é a que possui menor número de seguidores, apenas nove. Em razão das datas antigas das últimas postagens, é muito provável que tenha sido abandonada. Quanto à influência, no período analisado, as revistas registraram, no geral, uma baixa taxa de crescimento.

Destaques para a Revista de Direito Internacional dos Direitos Humanos com taxa de crescimento de 12,3% e da Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM

com taxa de crescimento de 9,3%. Os dados evidenciam como é desafiador para revistas que desejam estar nesses ambientes manter seu crescimento e reforça que, para ser bem-sucedidos nessa tarefa, é fundamental que haja planejamento e um correto direcionamento de conteúdo (MACEDO, 2014, p. 32). O Gráfico 1 destaca o desempenho das revistas analisadas no indicador de visibilidade.

Gráfico 1 - Visibilidade das revistas do Direito no *Facebook*

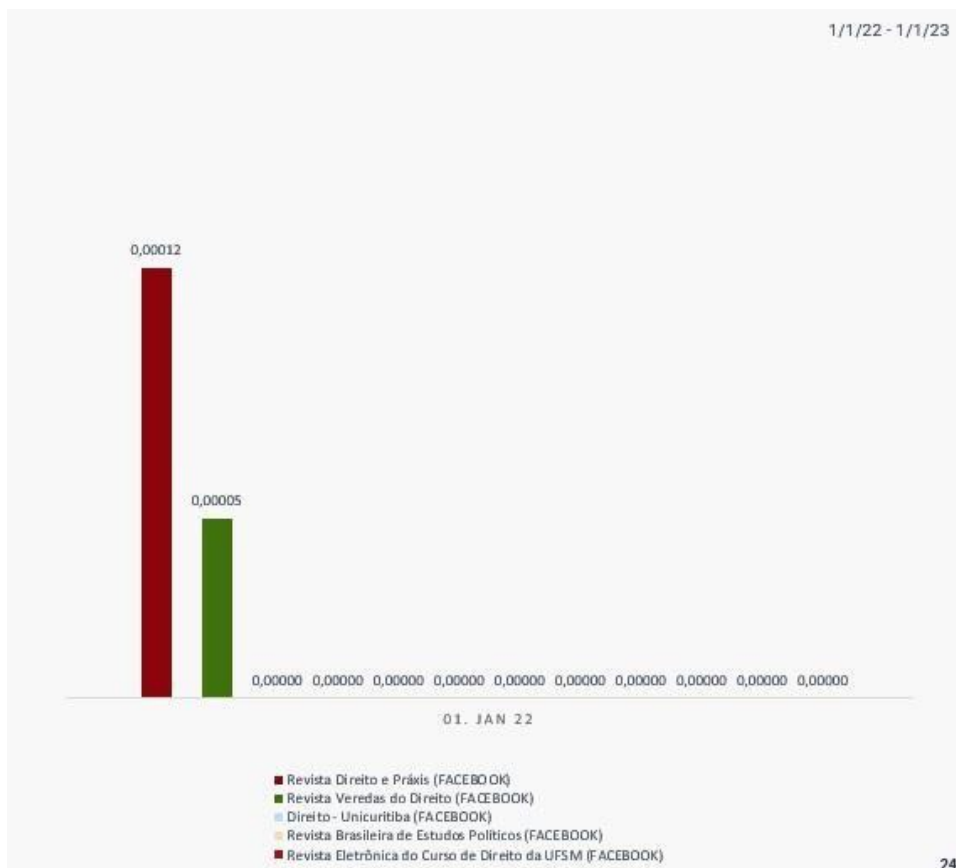


Fonte: Elaborado pelo Autor, 2023. Legenda: Série 1 >0 e <1000. Série 2 >0 e <1000. Série 3 >100 e <3000. Série 4 >1000 e <6000. Série 5. >6000 e <8000.

Nessa representação gráfica, temos em escala decrescente da visibilidade das revistas presentes no Facebook. Em primeiro lugar, temos a revista Direito e Práxis, seguida pela Direito-Unicuritiba e Cadernos Pagu, seguida das demais.

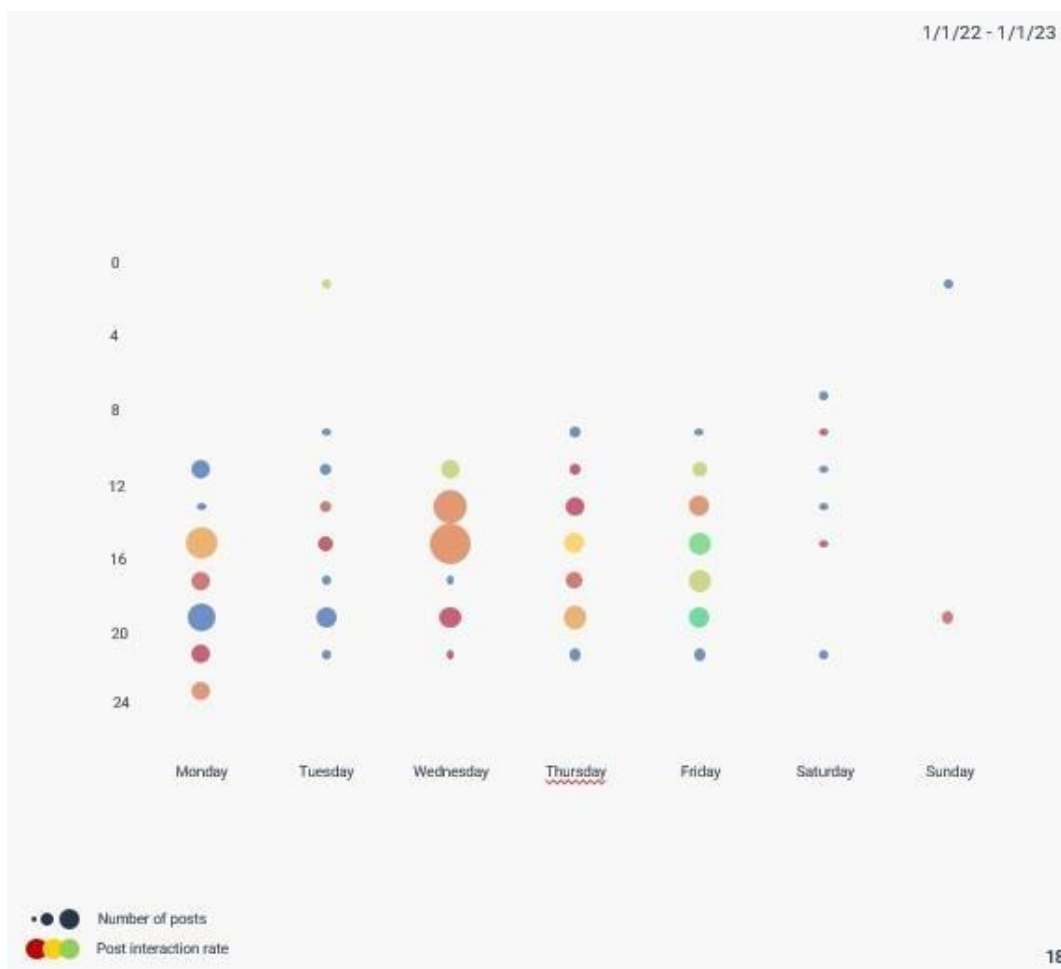
Para Araújo (2015), o engajamento é visto como uma audiência com qualidade, uma vez que indica uma 'reação' do usuário quanto ao conteúdo, sendo o maior desafio da atuação das revistas nas Mídias Sociais (Araújo, 2018), isso significa que ocorre quando um usuário realiza uma ação ativa com o conteúdo apresentado no meio digital.

Gráfico 2 - Escala de maior Engajamento das Revistas de Direito no Facebook



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Pelo Gráfico 2, podemos observar as revistas que mais tiveram engajamento, no período de 1º/01/22 a 1º/01/23. No caso dessa representação, as revistas Direito e Praxis e Veredas do Direito se destacaram no quesito engajamento, ou seja, foram as mais vistas e observadas no lapso temporal desta pesquisa. No Gráfico 3, tem-se a representação do número de postagens e da interação do público com as postagens.

Gráfico 3 - Volume de postagens e Interações de Revistas do Direito no *Facebook*

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Por meio desse gráfico, temos a indicação de que, na rede social *Facebook*, os períodos que compreendem domingos, entre os horários de 11h às 19h, segundas por volta das 19h e quintas por volta das 9h, é que é feita a maior quantidade das postagens. No quesito interação com postagens, as cores verdes são as que mais representam a maior interação com as postagens. Esses dias são às quartas por volta das 11h, às sextas-feiras entre o período das 12h e 16h e às 19h. Aos finais de semana, diga-se, sábado e domingo, a interação é próxima de zero ou nula.

No Gráfico 4, tem-se a representação de uma pós-leitura por um usuário e suas percepções e indicações do artigo.

As interações-pós-interações podem ser compreendidas como usuários que tenham um primeiro contato com o conteúdo e, posteriormente, compartilha-o e, a partir desse movimento, outras pessoas verificarão a postagem, da mesma forma, quando se faz um *download* que é repassado a outros usuários e, por último, o

compartilhamento de *links* por meio do primeiro leitor. Nessa movimentação de interações, entre *reposts*, compartilhamentos de links, downloads, muitos créditos de engajamento e visibilidade são direcionados à publicação inicial.

Gráfico 4 - Taxa de interação pós-interação das Revistas do Direito no *Facebook*



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Essa definição se aplica ao movimento que o usuário faz a partir da leitura ou identificação de algum artigo de seu interesse ou de outrem, vê-se:

Wasserman e Faust (1999), pesquisadores de redes, geralmente, definem as fronteiras da rede, com base na força entre os elos, ou seja, observando-se a frequência de interações ou a intensidade da existência de elos entre os membros da rede em contraste com os não membros.

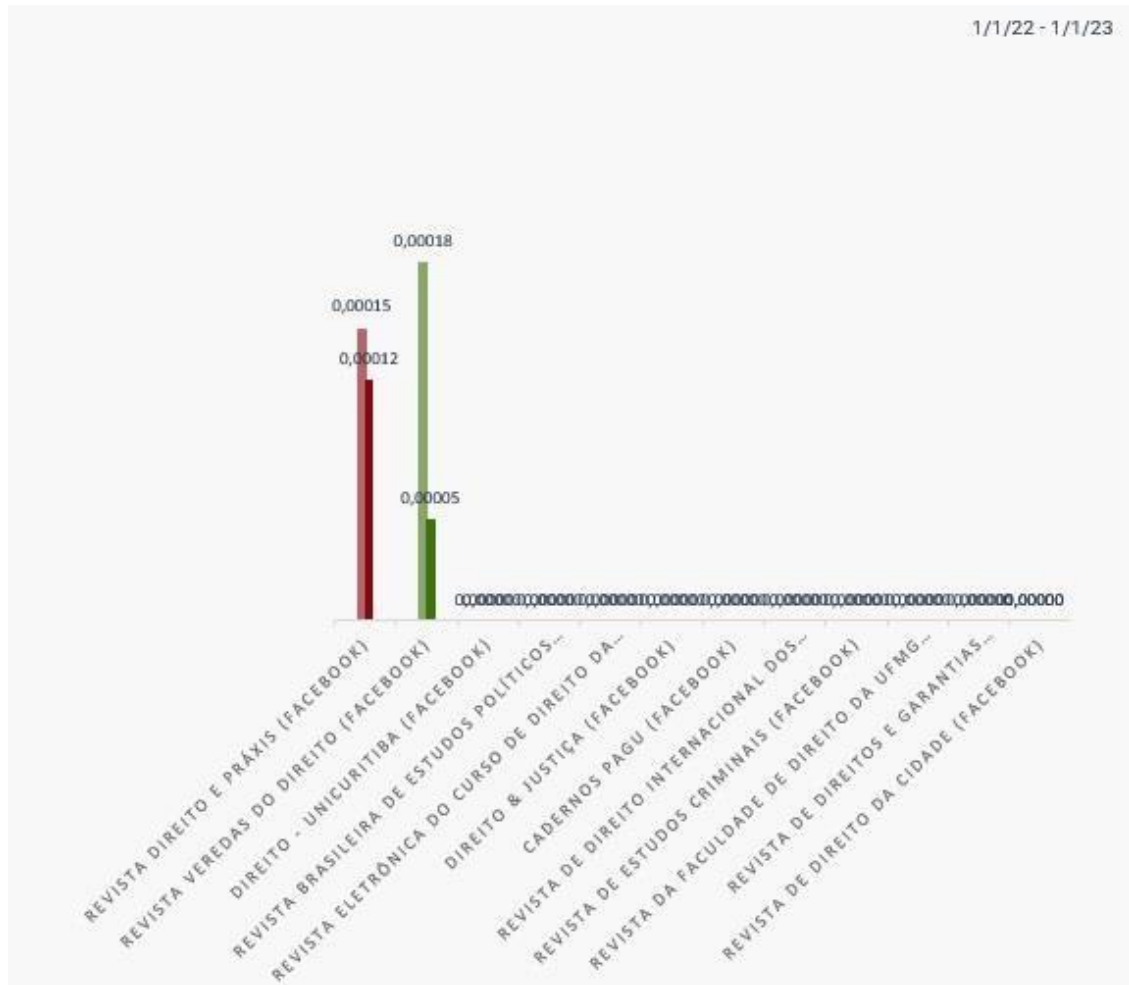
No Gráfico 5, tem-se a representação das interações dos usuários com as revistas no *Facebook*. Vale ressaltar que esse conceito pode ser definido como um contato de qualidade do usuário com a postagem na rede social, seja um comentário, um like ou um compartilhamento.

Gráfico 5 - Parcela de Interações das Revistas de Direito no *Facebook*

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Essa representação define-se como participação ativa em assuntos e circunstâncias de relevância nas Ciências Sociais Aplicadas em sua subárea do Direito, passível de ocorrer, por meio de manifestação intelectual pública, de natureza teórica, artística ou jornalística, ou em atividade prática no interior de grupos organizados. Traz-nos um cenário em que quatro Revistas se destacam: a Revista Direito e Praxis, a Revista Veredas do Direito, a Revista Direito Unicuritiba e a Revista Brasileira de Estudos Políticos.

O Gráfico 6 apresenta o índice de engajamento que as revistas receberam no período analisado.

Gráfico 6 - Índice de Engajamento de Revistas do Direito no *Facebook*

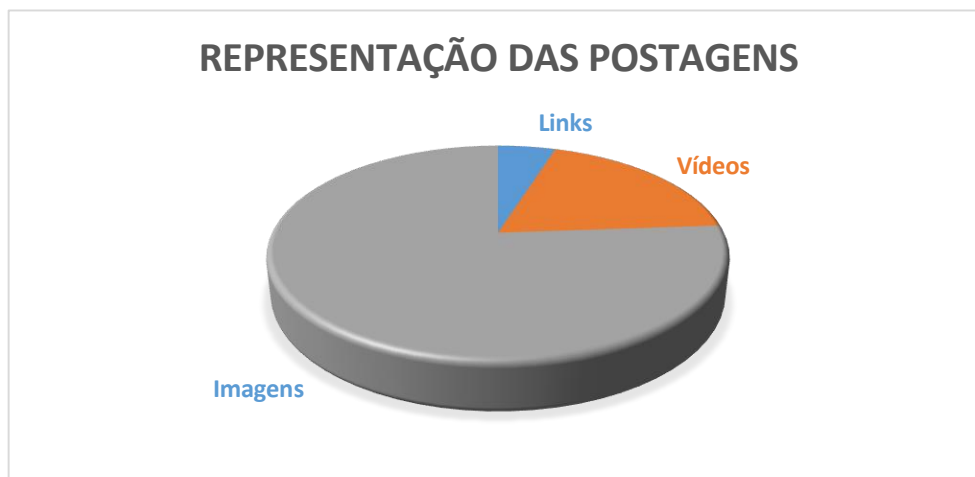
Fonte: Dados da pesquisa (2023).

As revistas *Direito e Práxis*, *Veredas do Direito* e *Direito Unicuritiba* pelo que se vê são as que obtêm maior engajamento, dado que pode ser comprovado pela estruturação de engajamento das revistas e aqui apresentada. Jenkins (2009), nesse novo contexto, no qual as mídias oficiais se colidem com as mídias sociais, por meio de sua doutrina, afirma que é necessário que o produtor de mídia interaja de forma a levar os usuários às suas inovações, para que tenham maior resposta dos seus interesses, e isso pode ser percebido com essas três revistas que se destacam.

Por fim, para a reputação, foi levado em consideração o indicador-chave de desempenho de índice de performance da página de cada revista. Essa medida é uma síntese das demais e seus resultados são preocupantes, uma vez que apenas uma revista conseguiu registrar desempenho e, mesmo assim, com valor extremamente baixo, que é a *Revista Veredas da Justiça* com 0,031%.

O Gráfico 7 traz um espectro do tipo das postagens das revistas, ou seja, indica o tipo de conteúdo que elas disponibilizam, em suas publicações no *Facebook*, sendo dividido em *links*, vídeos e figuras.

Gráfico 7 - Representação das postagens



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A situação foi verificada, na análise do tipo de conteúdo postado pelas revistas, no qual houve diminuição expressiva da postagem de links, apenas 4,8%, enquanto conteúdos com vídeos concentram 18,7% das postagens, tendo predominância de uso de imagens, com 74,9% das publicações, que reflete como o algoritmo força uma alteração no comportamento das páginas e que, mesmo que as páginas se adequem, não há garantia de melhora no desempenho. Araújo (2018, p. 9) apresenta, em seu manuscrito, que mídias sociais como o *Facebook*, por exemplo, possuem algoritmo para o cálculo de tempo de resposta e taxas de resposta para as páginas criadas na rede. No mesmo sentido, Costa (2018) contribui mais para esse conceito sobre as práticas atingidas diretamente pelo algoritmo, uma vez que a plataforma tem sistematicamente diminuído o alcance de publicações que contenham *links* que levem os usuários para qualquer lugar fora do *Facebook*.

Na Figura 4, apresentam-se as palavras e termos mais utilizados pelas revistas no período analisado em suas inserções nas mídias sociais.

Figura 4 - Palavras mais presentes nas postagens das Revistas no *Facebook*



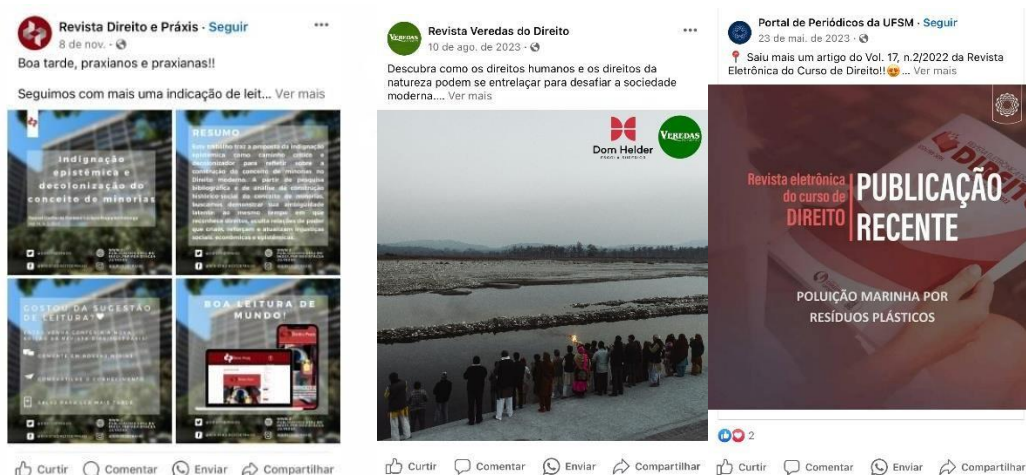
Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Nessa rede de palavras, há muitas evidências de como as revistas trabalham e quais os termos mais utilizados nas suas postagens. É interessante notar como algumas relações entre as palavras indicam formas de comunicação usadas de forma geral pelas revistas e outras que indicam práticas de algumas revistas específicas. Nesse último caso, temos como exemplo a denominação com que a Revista Direito e Práxis dá aos seus leitores, chamando-os de “praxianos” (Figura 5), aproximando-se de forma afetiva, que contribui para os seus bons resultados nas mídias sociais.

Deve-se também se ater a outros conjuntos de palavras associadas, como recomendação, semana, que denotam uma indicação que nova publicação foi feita, questões de articulações como “compartilhe” as novas edições, convites e divulgações de vídeos, as palavras acesse e artigo que, de forma intrínseca, passam uma mensagem estimulando a leitura, entre outras observações que podem ser feitas nesse processo de análise.

Para ilustrar um uso específico, mostramos uma postagem feita com a utilização dos termos praxianos e praxianas, para demonstrar o contato afetivo com seus leitores da Revista Direito e Práxis, uma estratégia para atrair mais leitores e, dessa forma, atrair a curiosidade e gerar visibilidade.

Figura 5 - Exemplo de postagem da Revista Direito e Práxis, Veredas do Direito e UFSM no Facebook



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

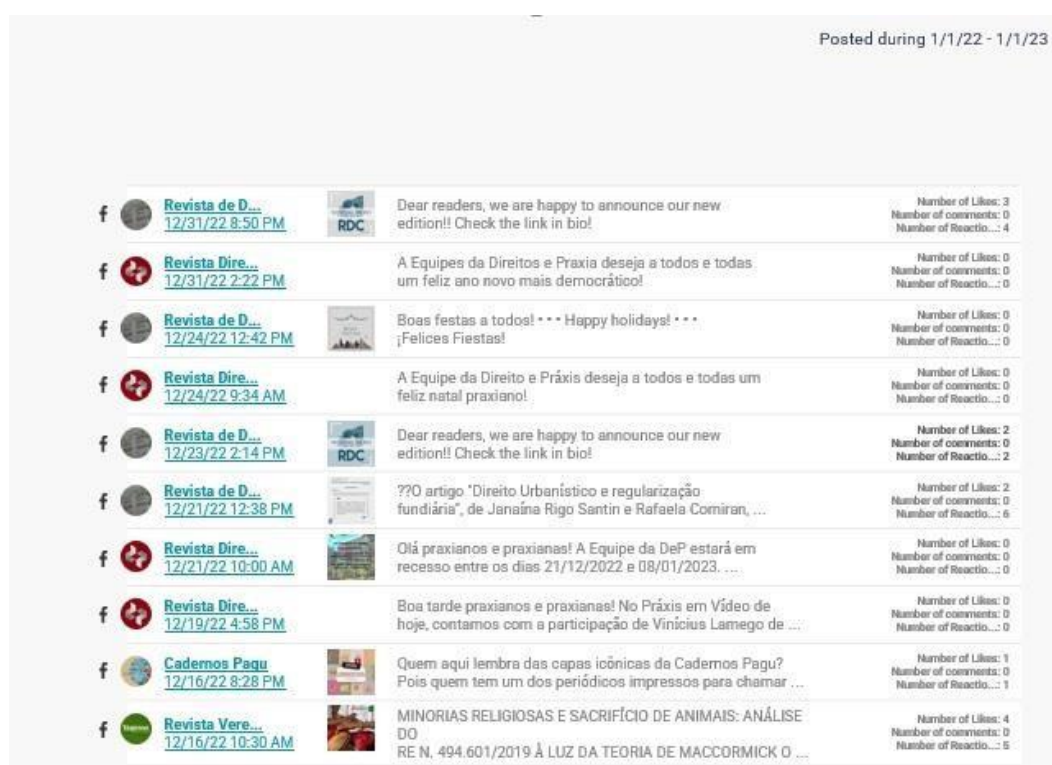
A postagem feita no Facebook, no dia 08 de novembro de 2022, traz um texto de cumprimento e indicação de leitura e, com conjunto de quatro imagens (cards), apresenta o título do artigo, um pequeno resumo, uma pergunta que sugere um espaço, para a avaliação do artigo pelos leitores e uma figura de computador e celular, demonstrando que a referida pode ser lida em *notebooks* ou *smartphones*. Nota-se, também, em todas as fotos das postagens na parte inferior, que possuem todas as formas para que a revista possa ser encontrada na internet.

Nessa postagem, observa-se que o artigo busca trazer a proposta da indignação decolonial de pensar sobre a construção histórico-racial do conceito de minorias no Direito moderno, que, ao mesmo tempo que reconhece direitos, reforçam e atualizam injustiças sociais e econômicas. Nessa ótica, em estudos sociojurídicos percebe-se que o conceito de minorias é dicotômico, uma vez que mulheres e negros são maioria, mas representam pequena representatividade na sociedade, e muitos pesquisadores, quando discutem minorias, não necessariamente falam das mesmas efetivamente.

Por essa razão é que a aplicação do conceito de minorias a uma realidade diferente da qual foi inicialmente construída tem sido justificada, em estudos acadêmicos sociojurídicos, mediante muitas ressalvas e contradições. Mais especificamente, é o que observamos no destaque geralmente dado por autores que discutem o tema das minorias de que não se trata de uma categoria definida numericamente, Freitas e Nóbrega (2023, p.1748).

A constituição Federal de 1988, no seu artigo 5º, assegura que todos os indivíduos, fazendo parte ou não de uma minoria, sejam iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade. Na Figura 6, tem-se a representação das postagens que mais tiveram número de curtidas, comentários e de reações. Já na publicação da Revista Veredas do Direito o assunto é sobre direitos humanos e sobre direitos da natureza e por último na Revista de Direito da UFSM o assunto é a divulgação da publicação de mais um artigo e seu referido volume da revista.

Figura 6 - Top 10 postagens de Revistas do Direito no Facebook



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Na Figura 6, temos a Revista da Cidade, a Direito e Práxis, os cadernos Pagu e a Revista Veredas do Direito entre os periódicos com que o público mais interage, tendo suas publicações como as mais vistas e com algum tipo de interação. A revista utiliza-se da sua mídia social, para divulgar novas edições em outros idiomas, evidenciando que está atenta aos padrões de publicações internacionais. Dessa forma, busca acrescentar e fazer-se mais visível no universo online, para felicitações para feriados nacionais; para divulgação de publicação de novos artigos; divulgação

de novas capas e tratar, por meio de postagens, temas de interesses sociais. Os temas são dos mais diversos, desde a chamada para nova edição de revista, perpassando por minorias religiosas e questões urbanísticas.

4.2 ANÁLISE DE DESEMPENHO DAS REVISTAS NO *INSTAGRAM*

A Tabela 2 apresenta a distribuição das sete revistas presentes no Instagram pelo seu desempenho em cada uma das métricas consideradas na análise. As revistas estão ordenadas pela medida de visibilidade.

Tabela 2 - Desempenho das Revistas do Direito nos indicadores-chave analisados - Instagram

Revista	Visibilidade	Influência	Engajamento	Reputação
Revista de Estudos criminais	4.564	12,50	-	-
Revista Direito e práxis	3.865	10,58	2,1%	0,4%
Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM	2.198	6,02	-	-
Revista REDP UERJ	2.007	5,49	-	-
Revista Direito Estado e Sociedade	1.924	5,27	-	-
Revista Direito e Justiça	1.195	3,27	-	-
Revista Veredas do Direito	932	2,55	-	-

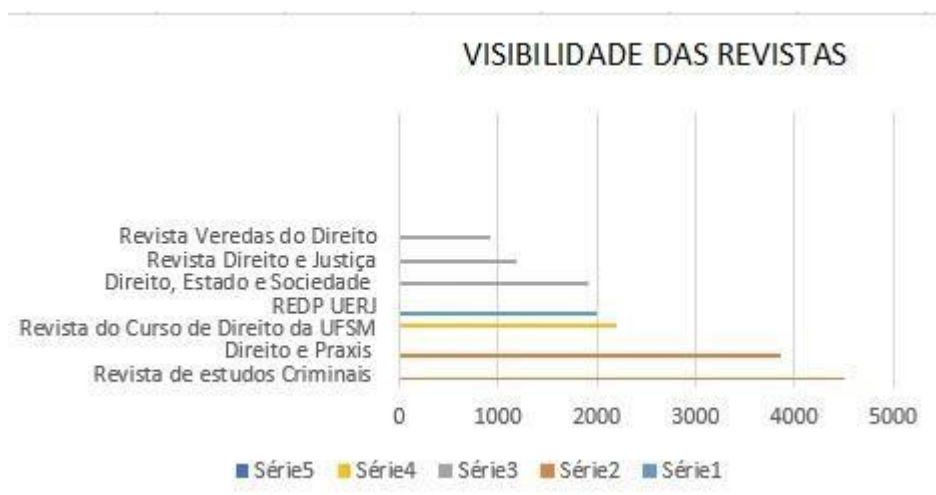
Fonte: Elaborado pelo Autor, 2023.

A visibilidade total atingida verificada foi de 16.586 fãs, dando uma média de 2.269,4 seguidores. Duas revistas estão acima dessa média, com destaque para a Revista de Estudos Criminais com 4.564 e a Revista Direito e Praxis com 3.865 seguidores.

No Gráfico 9, vê-se a visibilidade de seguidores ativos, os quais são aqueles que frequentam a página da revista e, mesmo nesse contexto existindo revistas com mais seguidores, essa revista é a que mais atrai a atenção de seus leitores. Podem-

se perceber as revistas com maior número de seguidores, considerado na pesquisa como indicador de visibilidade.

Gráfico 8 - Visibilidade das revistas do Direito no Instagram



Fonte: Fanpage Karma, 2023. Legenda: Série 1 >0 e <1000. Série 2. >0 e <1000. Série 3. >2000 e <3000. Série 4. >2000 e <3000. Série 5. >3000 e <4000.

Quanto à influência, no período analisado, as revistas registraram, no geral, uma baixa taxa de crescimento, destaque para a Revista de Estudos Criminais com o percentual de 12,5% e a Revista Direito e Praxis com 10,58%.

O engajamento é visto como uma audiência com qualidade, uma vez que indica uma 'reação' do usuário quanto ao conteúdo, Araújo (2015). Para Macedo (2014), o engajamento se refere ao quanto o público está interagindo com a marca e com os seus conteúdos, sendo o maior desafio da atuação das revistas nas mídias sociais. Dessa maneira, é preciso pensar sobre os atuais parâmetros que estão fazendo com que as revistas venham tendo desempenho abaixo do esperado nas mídias sociais.

Por fim, para a reputação, foi levado em consideração o indicador-chave de desempenho de índice de performance da página de cada revista. Essa medida é uma síntese das demais e seus resultados são preocupantes, uma vez que apenas uma revista conseguiu registrar desempenho e, mesmo assim, com valor extremamente baixo, que é a Revista Direito e Praxis com 0,4%.

Assim, é evidente que é preciso entender como são feitas as publicações dessa revista no Instagram e, com essas informações, trazer esclarecimentos sobre o que as outras revistas não estão fazendo para conseguirem tal desempenho. No que

concerne a essas informações, foram encontrados 71 vídeos, no lapso temporal desta pesquisa, que se intitulam “Práxis em Vídeo”, um compartilhamento em que os pesquisadores fazem pequenos vídeos aos leitores, relatando suas pesquisas e artigos publicados, provocando o usuário à sua leitura. Os vídeos são pequenos, girando em torno de 2 minutos cada um.

O Gráfico 9 demonstra a performance das publicações diante do público no período pesquisado.

Gráfico 9 - Parcela de Interações das Revistas de Direito no Instagram



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Esses dados revelam grande disparidade no volume de interações de quatro revistas em relação às seguintes. Nesse caso, temos as partes de um total, que se caracteriza como parcela. O caso que se apresenta demonstra que a Revista de Direito Público e a Revista Direito, Práxis e os Cadernos Pagu ocupam lugares de grande relevância, quando se parte para a quantidade de interações.

A comunicação faz parte da essência do ser humano. A internet surge então como uma nova forma, como um novo espaço para a dinâmica das comunicações sociais. Assim, a sociedade em rede se constitui de formas diferentes, com

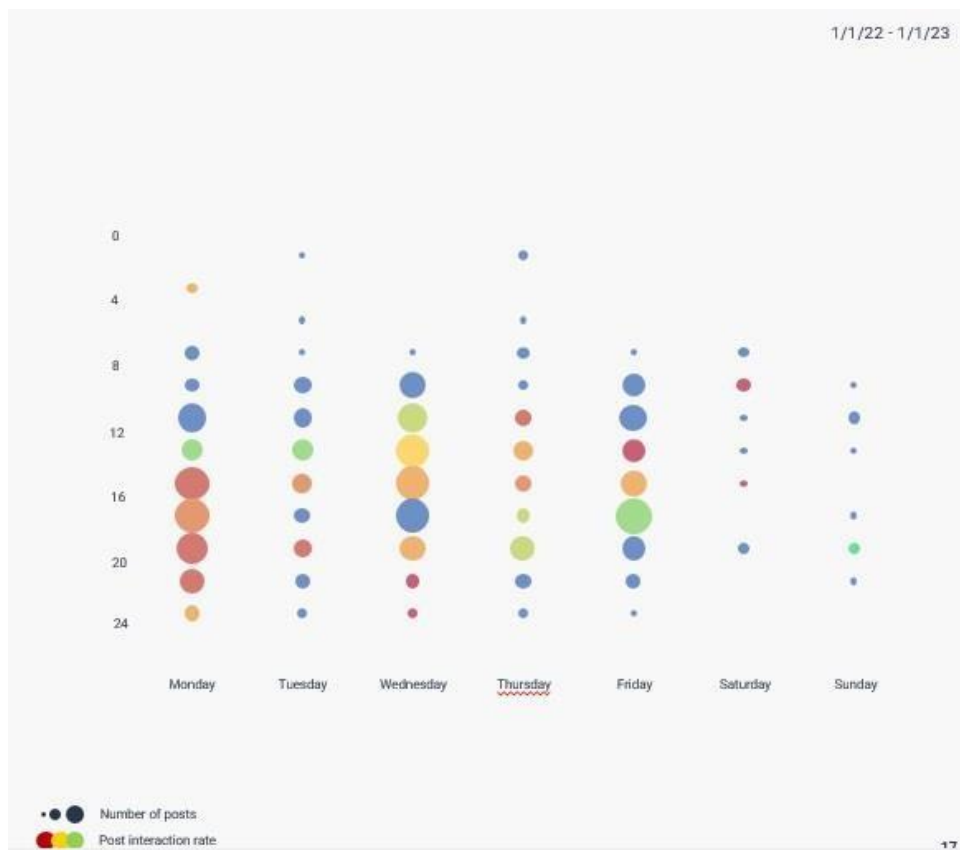
intensidades diferentes, a depender do contexto onde se aplica. Por isso, Castells (2015) elenca os três principais desafios da sociedade em rede que, para ele, ainda buscam respostas. O primeiro desafio é a própria liberdade. Para o autor, as redes propiciam comunicação livre, contudo, a infraestrutura dessas redes pode ter donos e daí surge o controle de acesso a elas. Esse controle se sustenta em bases comerciais, ideológicas e políticas, ou seja, a liberdade pode esbarrar no controle. O segundo desafio trata da exclusão, que pode resultar das limitações de acesso, por falta de estrutura tecnológica, capacidade limitada para uso autônomo da internet. Já o terceiro desafio está relacionado à educação para o uso das redes. Castells (2015) fala aí sobre a capacidade que as pessoas precisam ter para processar as informações e gerar conhecimento para que este seja aplicado no contexto em que essas pessoas vivem.

Devido à integração de computadores e celulares à vida cotidiana, as mídias digitais podem ter adquirido um papel de socialização política. Dadas às características do ciberespaço e da produção e circulação de conteúdo, é possível perceber que valores políticos mais ou menos democráticos, com maior ou menor nível de confinamento estão a todo tempo provocando reflexos na sociedade, esses também são tidos como efeitos midiáticos do que está posto nas mídias sociais.

Silva e Peres (2018) discutem, também, o poder das mídias e redes sociais para a criação de realidades, produtoras de uma realidade. Essa característica, relacionada ao que Ferreira (2018) expõe sobre dependência cultural/informacional, pode servir para o bem e para o mal na/sobre atuação humana, cujas consequências serão sentidas pela coletividade: práticas de racismo, expansão da cultura do ódio, escolhas políticas malsucedidas.

O gráfico 10 traz em sua representação o volume de postagens e interações de Revistas de Direito no Instagram.

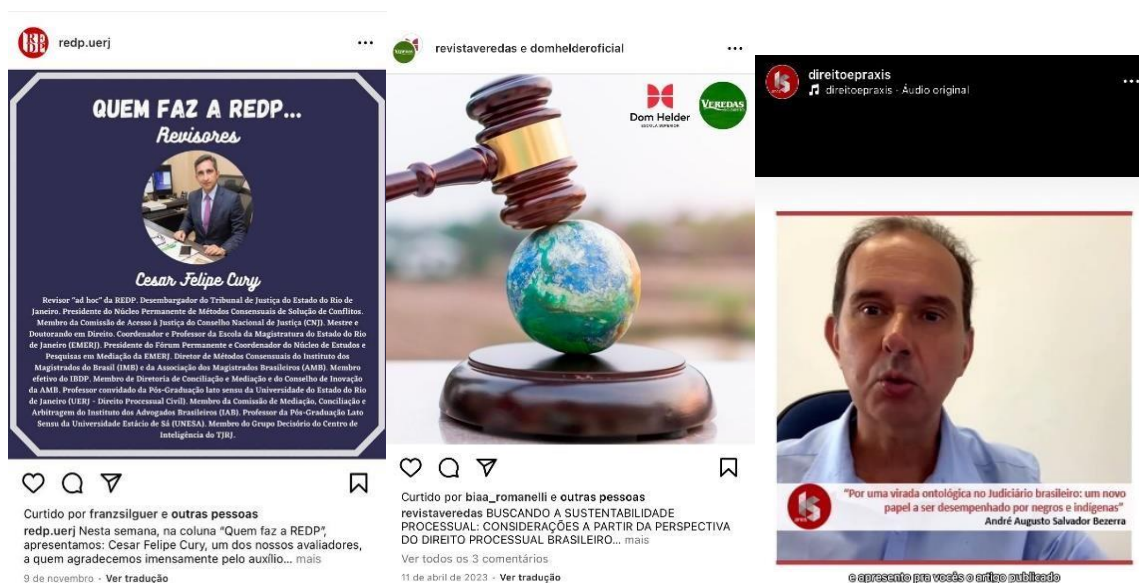
Gráfico 10 - Volume de postagens e Interações de Revistas do Direito no Instagram



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Pela representação gráfica, temos a indicação de que, na rede social Instagram, as postagens se apresentam com maior volume nos dias de segunda, quarta e sexta-feira; os horários são respectivamente compreendidos entre 12h, na quarta, 9h e às 17h e, nas sextas, de 8h ao meio-dia e 20h. No que se refere à interação, na sexta-feira entre 16h às 20h, temos um grande volume de interações, destacam-se também os dias de segunda e terça por volta das 13h.

Na Figura 7, temos a rede de termos mais utilizados nas postagens das revistas no Instagram.

Figura 8 - Exemplos de postagens de revistas no *Instagram*

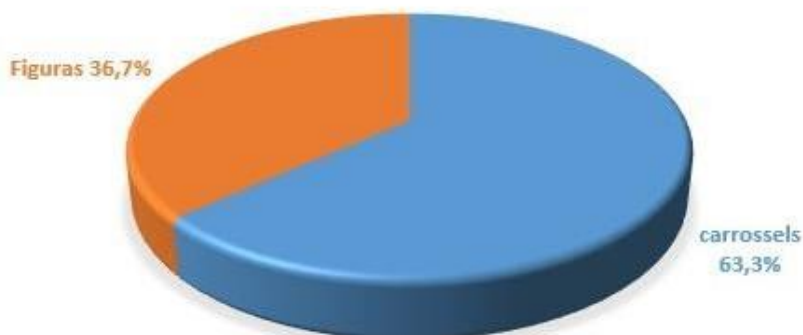
Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A representação acima traz um revisor da Revista REDP com seu currículo logo abaixo de sua foto. Trata-se de um professor da UERJ e Desembargador do Tribunal de Justiça. As postagens da Revista seguem esse padrão de valorização de seus avaliadores, pesquisadores e sobre o conhecimento que cada um traz consigo.

A segunda imagem faz a divulgação sobre sustentabilidade processual, quem apresenta a mesma é a Revista Veredas do Direito, essa publicação tem o objetivo de identificar a possibilidade científica do que se propõem chamar de sustentabilidade processual em comparação com outros modelos. Trata-se de um diálogo necessário com intuito de garantir a sustentabilidade plena do sistema jurídico brasileiro, observou-se que a sustentabilidade deve ser entendida como multifacetada e ampliada, muito mais como um norte a ser seguido, por meio do qual são revisitadas as relações sociais, do que apenas uma meta em si.

Na terceira imagem, a Revista Direito e *práxis*, através de um recurso criado pela revista para a apresentação de pesquisas e artigos em vídeo pelo pesquisador apresenta uma minuta sobre “ontologia no judiciário brasileiro. Essa problemática traz em si a ausência de presenças não-brancas num sistema que favorece a classe dominante. A descrição da pesquisa trás perspectiva de mudança do sistema do Judiciário para a proteção dos direitos das comunidades negras e indígenas.

No Gráfico 11, tem-se a representação do volume de postagens, das taxas de interação e das principais hashtags utilizadas pelas revistas nas suas edições.

Gráfico 11 - Representação das postagens na Mídia Social *Instagram*

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Nessa representação, podemos observar que a maioria das postagens são as nomeadas como carrossel. Na definição de Pinheiro (2022) o post carrossel é uma excelente opção, pois, pelo fato de poder misturar imagens e vídeos na mesma postagem, há um aumento significativo nas chances de engajar as pessoas. E esse dado nos traz uma informação importante, porque são nessas postagens que é possível adicionar maneiras múltiplas, como elementos visuais, imagens, vídeos e links externos, ou seja, todas essas formas de acesso na mesma publicação, 63,3%, post em figuras somam 36,7%, evidenciando, como já observado, que, na mídia social Instagram, o que mais se destacam são os recursos imagéticos e outras modalidades aplicadas.

O Instagram foi desenvolvido como aplicativo móvel para smartphones, passando por alterações que pudessem ocasionar maior interação entre o usuário e o aplicativo, proporcionando múltiplas funções, utilizando-se da instantaneidade de recursos de compartilhamento (Ramos; Martins, 2018).

A Figura 9 apresenta as postagens que mais geraram engajamento, no que se refere a curtidas e compartilhamentos pelos leitores da revista, dessa maneira, são as que mais geraram engajamento nas páginas das revistas.

Figura 9 - Top 10 postagens de Revistas do Direito no Instagram



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

No Instagram, a Revista Científica Direito e Práxis assumiu a maior relevância estando com as dez publicações que mais geraram engajamento em análise da ferramenta. Vale ressaltar que, no Instagram, as postagens são imagens com informações que atraem e que servem como iscas, para maior alcance e maior número de leitores e usuários da página sobre o assunto do perfil em questão.

As temáticas mais abordadas, nesse cenário, são informes de nova edição lançada da revista e cumprimentos apresentando matérias e novos artigos. Verifica-se também chamadas para conferir ranking das revistas de Direito, sugestões de leituras. Essa constatação pode ser vista, na Figura 9, na qual temos as postagens que mais tiveram engajamento. Verifica-se: 01/09: sugestão de leitura; 16/06: #Pra Todos Verem; 12/09: Publicação de nova edição da revista.

Na sua 7ª postagem deste ranking, a revista traz uma informação importante, no que se refere à acessibilidade, incluindo, na sua postagem, que há descrição da imagem. Nessa perspectiva, para Salton, Agnol, Turcati (2017, p.11), "[...] acessibilidade é oferecer possibilidades de transpor as barreiras que existem na sociedade, garantindo que todas as pessoas possam participar dos diversos âmbitos sociais". Considerando o uso das tecnologias da informação e comunicação, a

acessibilidade corresponde ao acesso do usuário à informação desejada, considerando suas limitações que podem ser “[...] físicas, auditivas, visuais, financeiras, tecnológicas ou culturais” (Moreira, 2011, p. 11).

A acessibilidade consiste na garantia de qualquer pessoa, independentemente de sua condição, ter uma efetiva participação nos vários segmentos da sociedade, de forma autônoma e segura, sem que haja obstáculos ou entraves que dificultem ou impeçam o acesso e a liberdade de movimento, em qualquer circunstância e meio (Brasil, 2004).

4.3 ANÁLISE DE DESEMPENHO DAS REVISTAS NO TWITTER

A Tabela 3 apresenta a distribuição das cinco revistas presentes no Twitter pelo seu desempenho em cada uma das métricas consideradas na análise. As revistas estão ordenadas pela medida de visibilidade.

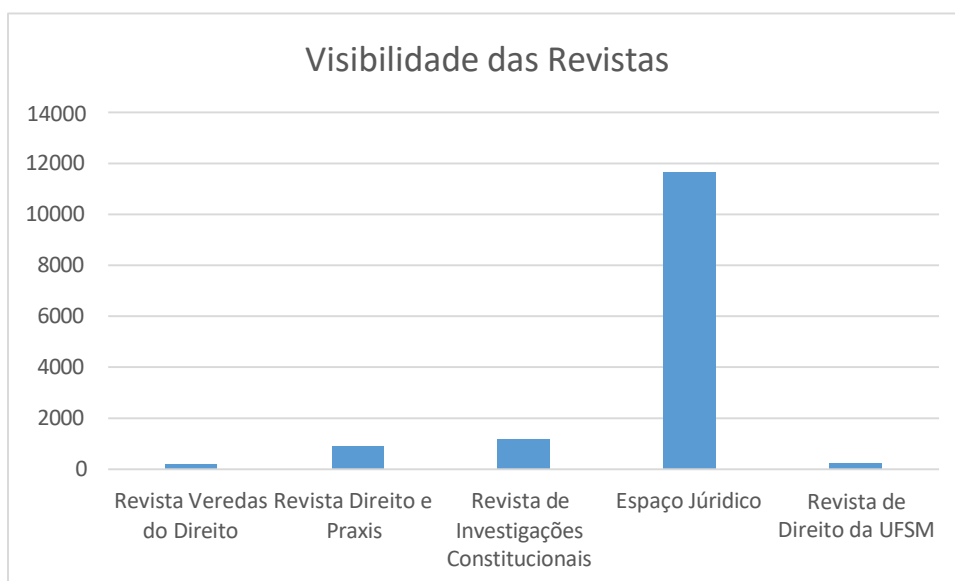
Tabela 3 - Desempenho das Revistas do Direito nos indicadores-chave analisados – Twitter

Revista	Visibilidade	Influência	Engajamento	Reputação
Espaço Jurídico	11.673	31,98	-	-
Revista de Investigações Constitucionais	1.198	3,28	-	-
Revista Direito e práxis	914	2,50	-	-
Revista de Direito UFSM	226	0.61	-	-
Revista veredas do Direito	187	0,51	0,001	-

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2023.

A visibilidade total atingida verificada foi de 14.198 fãs, dando uma média de 2.480,1 seguidores. Duas revistas estão acima dessa média, com destaque para a Revista Espaço Jurídico com 11.673 seguidores e a Revista de Investigações Criminais com 1.198 seguidores. O Gráfico 12 traz a representação do número de inscritos na página de cada revista.

Gráfico 12 - Visibilidade das revistas do Direito no Twitter



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Fonte: Fonte: Elaborado pelo Autor, 2023.

Não bastasse o pouco número de revistas ativas nessa mídia social, Churig (2023), acrescenta que o tráfego de referência do Twitter está em declínio, revela uma nova pesquisa da Chartbeat. O estudo analisou a audiência de 1.350 sites de imprensa, e os resultados indicam uma redução significativa na audiência proveniente da plataforma.

De acordo com Melo (2023) os dados da Chartbeat indicam que a rede social tem perdido relevância como fonte de audiência para veículos de imprensa há algum tempo, mesmo antes da aquisição da plataforma por Elon Musk em outubro de 2022. Em abril de 2018, o Twitter representava 1,9% de todo o tráfego em 1.350 sites de editoras e organizações de imprensa incluídos na análise. Cinco anos depois, em abril de 2023, esse número caiu para 1,2%.

No entanto, as ações de Musk tiveram impacto significativo. Um exemplo disso é a queda de mais de 4% no tráfego gerado pelo Twitter entre setembro de 2022 e abril de 2023 (Melo, 2023).

No Gráfico 13, temos a representação de como os usuários interagem com as revistas, de como respondem às movimentações dos editores às postagens no Twitter.

Gráfico 13 - Interações com as Revistas de Direito no Twitter

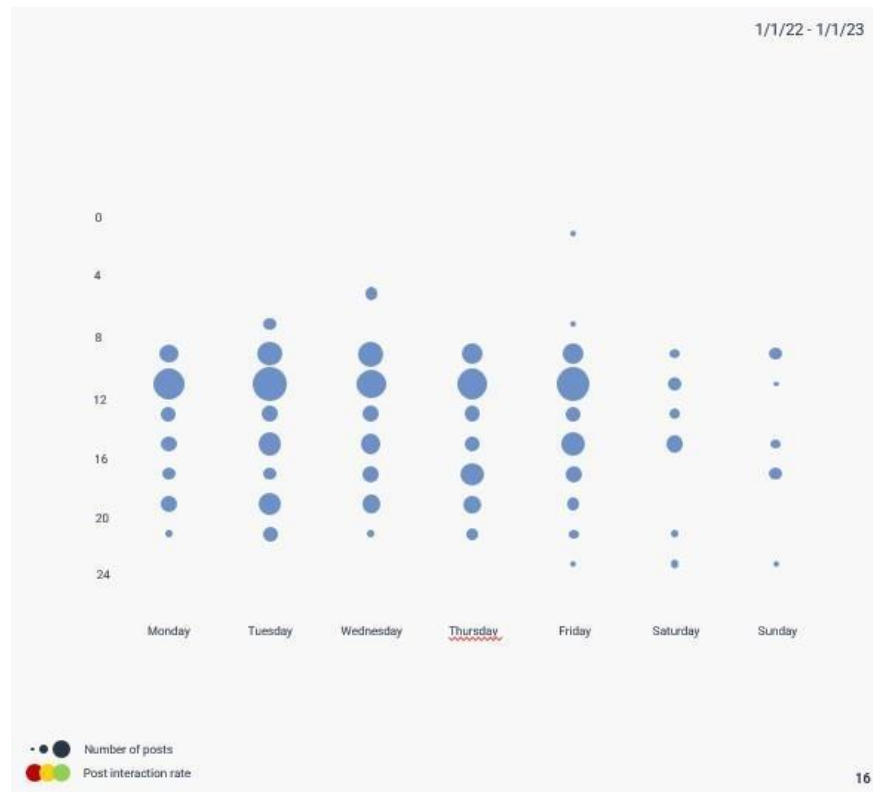


Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Nesse caso, temos um gráfico que representa as inserções de cada revista e o volume e/ou quantidade de postagens. Demonstra que a Revista Espaço Jurídico e Revista de Investigações Constitucionais ocupam lugares de grande relevância, quando se parte para o volume de interações, seguidas pela Revista Direito e Praxis.

No Gráfico 14, temos a representação de quando são feitas as maiores quantidades de postagens, bem como as interações que recebem.

Gráfico 14 - Volume de postagens e Interações de Revistas do Direito no Twitter



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Por meio desse gráfico, temos a indicação que, na rede social Twitter, o maior número de postagens se dá de segunda-feira à sexta-feira entre os horários por volta das 8h e 12h. As informações das interações das revistas não foram apresentadas pela ferramenta.

Na Figura 10, temos uma nuvem de palavras com os termos mais utilizados pelas revistas de Direito que possuem perfil na mídia social *Twitter*.

Figura 10 - Palavras mais presentes nas postagens das Revistas no Twitter

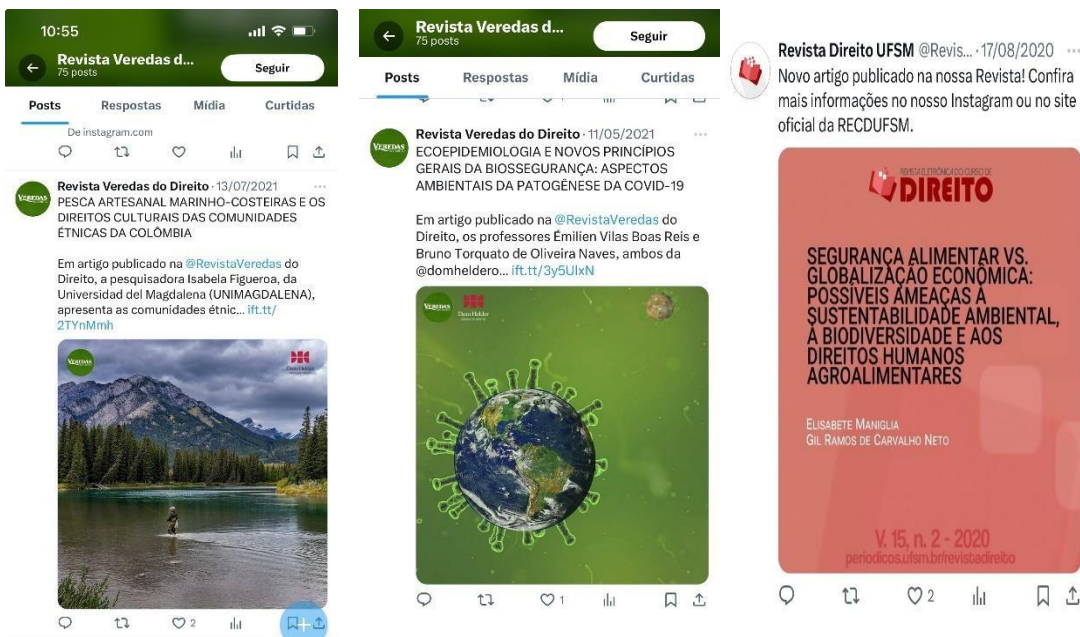


Fonte: Dados da pesquisa (2023).

As palavras mais citadas estão dispostas dando maior atenção à consulta, RT que pode significar compartilhar novamente os tweets de outra pessoa com seus próprios seguidores no Twitter. Pode-se retuitar uma mensagem no estado em que se encontra ou citar o tweet para incorporar o tweet original como uma imagem em seu tweet, antes de enviá-lo, em publicações; política e relacionados, os termos mexicana e México, a ferramenta trouxe, em sua nuvem de palavras, entretanto não se viu nenhuma relação direta com as outras palavras.

A Figura 11 traz uma amostra de como são feitas as postagens no *Twitter* por duas das revistas que mais estão presentes na mídia social.

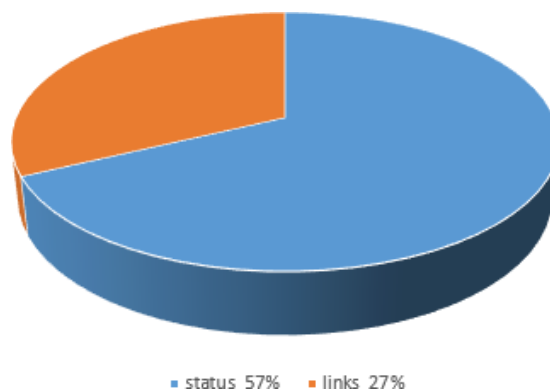
Figura 11 - Exemplos de postagens das Revistas Veredas do Direito e Revista de Direito da UFSM



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

As Revistas de Direito utilizadas como exemplo são a Veredas do Direito e Revista Direito UFSM. Da primeira revista, temos as duas imagens iniciais com publicações de divulgação de um artigo sobre a pesca artesanal na Colômbia que trata dos Direitos Culturais das comunidades étnicas da Colômbia e outro sobre novos princípios gerais da biossegurança, trazendo consigo alguns aspectos ambientais sobre a patogênese da COVID-19.

Quanto a Revista de Direito da UFSM sua publicação é sobre segurança alimentar vs globalização, apresenta uma reflexão econômica e possíveis ameaças a sustentabilidade ambiental, a biodiversidade e aos direitos humanos agroalimentares.

Gráfico 15 - Representação das postagens no *Twitter*

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A partir do gráfico acima, constatamos que as postagens de status são maioria no Twitter, somando 57% das postagens, em seguida, os links com 27% das postagens, fato que já surgiu anteriormente como fator limitador do interesse de leigos pelas postagens nessa rede social e, por fim, as figuras com 15,6%; os outros dados não foram fornecidos pela ferramenta.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base em reflexões acerca das questões relacionadas à comunicação e divulgação da ciência, este estudo foi desenvolvido, no sentido de avançar no debate sobre a popularização do conhecimento resultante das pesquisas científicas na área do Direito, visando o processo de comunicação científica bem como a divulgação científica nesse campo a partir de ações comunicacionais e informacionais disponibilizadas por revistas científicas acadêmicas que se utilizam de novos dispositivos tecnológicos em mídias sociais, uma vez que estas, unem pessoas através de seus interesses temáticos e demandas por meio das redes sociais.

O desenvolvimento do trabalho ocorreu em duas etapas: o primeiro momento consistiu no levantamento bibliográfico dos principais autores e teóricos dos campos do conhecimento propostos e que subsidiaram o estudo; já o segundo momento foi dedicado ao mapeamento, em espaços virtuais (plataformas e redes sociais) dos periódicos, que se enquadravam nos critérios elencados para a pesquisa.

A partir de levantamento de publicações da área do Direito na *web*, suspeitou-se que apenas uma pequena parte dessas publicações mantinham perfis em redes sociais, embora o protagonismo desses espaços informacionais e a grande importância do uso das novas mídias, como canal para o compartilhamento de pesquisas ou como ferramentas estratégicas, para a divulgação das revistas científicas. Assim, acreditava-se que a facilidade do acesso possibilitada pelo ambiente virtual e a ampla popularização da *web* pudesse proporcionar um alcance maior da informação nessas mídias.

Dessa forma, elencou-se como aspecto principal a ser estudado e o principal objetivo a ser alcançado a investigação de como os periódicos brasileiros da área do Direito, classificados como Qualis A1, na Plataforma Sucupira da CAPES, utilizam-se das mídias sociais, para ampliar a sua visibilidade e a divulgação científica, bem como a popularização dessas revistas, a fim de alcançar também um público leigo.

Para tanto, foram utilizados autores e teorias presentes na literatura científica sobre o tema, visando subsidiar o desenvolvimento da pesquisa, como também foi realizado levantamento nos *websites* dos periódicos elencados na Plataforma Sucupira e nas redes sociais em que as revistas têm perfis ativos.

A investigação elencou, ainda, como objetivos; realizar o mapeamento dos principais periódicos brasileiros ativos da área do Direito; a identificação das mídias

sociais utilizadas pelos periódicos; o uso das ferramentas da *web* que possibilitassem dinamizar a apreensão dos conteúdos de divulgação científica produzidos na área do Direito; a caracterização desses periódicos nas redes sociais e a forma como são realizadas as atividade de divulgação científica e, por fim, a verificação se, de fato, tem ocorrido maior visibilidade dessas publicações e se elas têm alcançado um público mais amplo com o uso das ferramentas tecnológicas disponíveis atualmente.

Assim, após a coleta do material, procedeu-se à análise quali-quantitativa das informações coletadas. Os resultados obtidos estão sintetizados a seguir.

As revistas acadêmicas de Direito, especialmente das universidades, são de grande importância para a comunicação e divulgação das novas correntes de pensamento e dos novos doutrinadores, assim como as leis que regem a sociedade. A pesquisa no ensino jurídico é essencial, para se aliar teoria e prática, uma ação refletida na área do Direito, por meio da qual se pode aprofundar o conhecimento, possibilitando a construção, reformulação e acumulação do saber e das leis.

A atividade científica brasileira, na área do Direito, ainda se utiliza pouco das ferramentas disponíveis da *web*, embora o amplo espaço disponível para todos. O potencial, para a divulgação da ciência brasileira, pode ser ainda mais eficiente, com a utilização mais efetiva dos hiperlinks, recursos imagéticos e matérias em mídias diversas, tornando a experiência do usuário proveitosa e enriquecida com diferentes recursos à disposição, nas redes sociais e outros espaços virtuais e até mesmo se utilizando de uma estratégia relacionada a uma ciência interativa.

Contudo, embora tenham sido encontradas poucas revistas que prosperaram, o número não pode ser visto como irrisório ou irrelevante, porque não foi possível identificar qual movimento gerou esse retrocesso de um processo que, inicialmente, mostrava-se promissor. Houve um movimento ascendente, mas o ápice não foi identificado, tendo em vista que as revistas, em sua maioria, sequer aderiram ao movimento, e o declínio ocorreu, ainda, durante a sua implementação, por fatores que não foram possíveis identificar neste estudo, até por fugir da pretensão e dos objetivos propostos nesta pesquisa.

E, mesmo que não tenha sido objeto desta pesquisa, suspeita-se que o grande volume de notícias falsas - conhecidas popularmente como *fakenews* – nas redes e mídias sociais, pode ser considerado um fator externo responsável por afastar as revistas de maior exposição nas redes sociais. Ressalte-se que, na última década, houve um intenso movimento das revistas em direção ao uso das mídias e das redes

sociais como veículos e espaços de divulgação e popularização da ciência. Entretanto, em razão dos problemas atualmente detectados nas plataformas, que podem gerar desconfiças sobre aspectos das publicações em geral nas redes, há grande preocupação dos editores com o comprometimento da credibilidade das publicações, um fator de extrema relevância para os pesquisadores, tendo em vista a necessidade de validação dos resultados das pesquisas, a partir de critérios rigorosos.

Diferentemente da comunicação científica que objetiva obter a validação dos achados científicos pelos pares, a divulgação científica busca informar e popularizar as questões inerentes aos temas pesquisados, alcançando o maior número de pessoas possíveis, por meio da informação, visando ampliar o conhecimento e até mesmo possibilitando maior empoderamento do leitor/expectador/usuário das mídias disponibilizadas para o acesso.

Contudo, nos levantamentos realizados, não foi possível identificar, por exemplo, se a divulgação oferecia a possibilidade de interatividade dos usuários entre si e entre os responsáveis pelas publicações e se houve efetivamente a troca de opiniões e experiências e o compartilhamento de informações e materiais. Os engajamentos observados ficaram restritos ao levantamento de percentuais, não havendo análise da qualidade das trocas efetuadas, considerando que elas tivessem ocorrido, tendo em vista as características das publicações em rede.

Outro aspecto pertinente observado é que, ainda que muitas das publicações possuam perfis em redes sociais, a maioria deles é inativo, com meses e até anos sem atualizações. O destaque foi a maior utilização do Instagram, como principal veículo de divulgação dos periódicos pesquisados, talvez pelos recursos imagéticos disponibilizados de forma mais estratégica e abrangente, embora a maior presença das revistas na rede social Facebook. Ainda, o Twitter, mesmo possuindo uma grande possibilidade de interatividade, em virtude de suas características dinâmicas, não teve qualquer relevância científica, conforme os fins definidos para este trabalho.

Existem algumas lacunas neste estudo, claramente perceptíveis, entre elas não ter sido realizado o levantamento dos temas com mais interações na rede pesquisada e as análises qualitativas dessas interações. Outro aspecto que pode ter comprometido a qualidade dessas análises, tanto as quantitativas quanto as qualitativas, refere-se ao fato de que, embora haja 97 periódicos nacionais de Direito Qualis A1 na Plataforma Sucupira, dos 27 que possuem perfis nas redes elencadas apenas doze deles do Facebook, sete do Instagram e oito do Twittwer se enquadraram

nos critérios da pesquisa, o que, conforme já ressaltado, aponta para uma retração no uso das mídias nas redes sociais para os fins da comunicação e divulgação científica.

Portanto, em pesquisas futuras, sugere-se que possam ser ampliados os estudos, para identificar esses novos movimentos que sugerem uma mudança de rumo no uso dessas tecnologias. A realização de novos trabalhos pode ir ao encontro inclusive da necessidade de ampliação do conhecimento das necessidades dessas publicações, visando à construção de estratégias mais efetivas de políticas referenciadas e estratégicas no campo da comunicação, mas principalmente na área da gestão da informação, essencial para o entendimento das práticas informacionais dos periódicos bem como do comportamento dos usuários.

REFERÊNCIAS

ACIOLI, S. Redes sociais e Teoria social: revendo os fundamentos do conceito. **I N F. I N F.**, Londrina, v. 12, n. , p.1-12, jan. 2007.

ALMEIDA, E. C. E.; GUIMARÃES, J. A. **A pós-graduação e a evolução da produção científica brasileira**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2013.

ALVES, F. G; COSTA, H. S; PERINOTTO, A. R. C.. Instagram como ferramenta para fidelização de clientes: Fotografia, Redes Sociais e Turismo. **Marketing & Tourism Review**, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 1-21, 2017.

ARASAKI, Paula Hidemi Kaneoya. O Uso de Mídia Social Corporativa para Inteligência Colaborativa: Um Estudo de Caso. Dissertação, 2016.

ARAÚJO, P. C. de; SCHIOCCHET, T. O resumo e a mobilização dos recursos metodológicos em teses do direito. **Informação & Sociedade: Estudos**, [S. l.], v. 31, n. 1, p. 1–25, 29 mar. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/ies/article/view/57984>. Acesso em: 6 abr. 2023.

ARAÚJO, R. F. de. Marketing científico digital e métricas de mídias sociais: indicadores-chave de desempenho de periódicos no Facebook. **Informação & Sociedade: João Pessoa**, v. 28, n.1, p. 7-22, jan./abr. 2018.

ARAÚJO, R. F. de. Mídias sociais e comunicação científica: análise altmétrica em artigos de periódicos da ciência da informação. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 21, n. 1, p. 96-109, 2015b. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/47918>. Acesso em: 21 jul. 2022.

ARAÚJO, R. F de; FURNIVAL, A. C. M. Comunicação científica e atenção online: em busca de colégios virtuais que sustentam métricas alternativas. **Informação & Informação**, [S. l.], v. 21, n. 2, p. 68-89, dez. 2016. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/2729>. Acesso em: 05 abr. 2023.

ARELLANO, M. Á.. **Critérios para a preservação digital da informação científica**. 2008. 354 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2008. Disponível em: http://eprints.rclis.org/12649/1/Tese_Miguel_%C3%81ngel_M%C3%A1rdero_Arellano.pdf. Acesso em: 28 set. 2022.

ARUNACHALAM, S; MARKANDAY, S. Science in the middle-level countries: a bibliometric analysis of scientific journal of Austrália, Canada, India and Israel. **Journal of Information Science**, [S. l.], v.3, n. 1, p. 13-26, 1981.

ASSIS, M. de. **Tempos de crise**. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1994.

BASTOS, V. C. (Org.). **Classificação de periódicos no Qualis/Capes**. Biblioteca ICS/UFGA, WebQualis, 2018.

BLATTMANN, U. Editorial. **Revista ACB**: Biblioteconomia em Santa Catarina, [S. l.], v. 13, n. 2, p. 299-300, 2008. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/384>. Acesso em: 08 abr. 2023

BRASIL. Decreto nº 5296, de 2 de dezembro de 2004. Regulamenta as Leis nos 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**: seção das condições de acessibilidade geral, Brasília, DF, dez. 2004. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2004/Decreto/D5296.htm. Acesso em: 28 set. 2022.

BRADLEY, A. J.; MCDONALD, M. P. Mídias sociais na organização: como liderar implementando mídias sociais e maximizar os valores de seus clientes e funcionários. São Paulo: MBooks, 2013.

BUENO, W. C. Jornalismo científico: revisitando o conceito. In: VICTOR, C; CALDAS, G.; BORTOLIERO, S. (Org.). **Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: All Print, 2009. p.157-78.

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Inf. Inf.**, Londrina, v. 15, n. esp, p. 1 - 12, 2010. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585>. Acesso em: 20 set. 2022.

CAPRA, F.; LUISI, P. L. **A Visão Sistêmica da Vida**: Uma concepção unificada e suas implicações filosóficas, políticas, sociais e econômicas. São Paulo: Cultrix, 2014. 615 p.

CARVALHO, B. L. P. de C. O que é altmetria? Repensando o impacto da pesquisa acadêmica. **Blog PPEC**, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 1-9, 2019. Disponível em: <http://periodicos.sbu.unicamp.br/blog/index.php/2019/03/31/altmetria/>. Acesso em: 20 set. 2022.

CARVALHO, G. M de. Marketing científico digital e a divulgação da ciência o papel dos portais de periódicos da América Latina e do Caribe. 2021. 164 f. Dissertação (Mestrado em Gestão e Organização do Conhecimento) - Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufop.br/handle/123456789/13292>. Acesso em: 20 set. 2022.

CASTELLS, M. **A Sociedade em rede**, a era da informação: economia, sociedade e cultura. 6. Ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v.1

CASTELLS, M. **Communicattion power**. New York: Oxford University Press, 2009. 590 p.

CASTELLS, Manuel. A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**: para uso dos estudantes universitários. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.

CORDEIRO, R. I. de N.; GOMES, S. L. R. As novas tecnologias de comunicação e de informação e a dinâmica da produção do conhecimento em direito: da gestão da informação à comunicação científica. In: CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI, 18, São Paulo, **Anais [...]**, São Paulo, 04 a 09 de novembro de 2009. Disponível em: http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/sao_paulo/2985.pdf. Acesso em: 30 mar. 2023.

COSTA, L. F. da.; ANDRADE, R. de L. de V.; SILVA, A. C. P. da; DUARTE, E. N.; SOUZA, A. C. P. de. 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, 2016. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1159>. Acesso em: 28 jun 2022.

CRESWELL, J. W. *Research design: qualitative & quantitative approaches*. Thousand Oaks, CA: Godoi, C. K.; Bandeira-de-Melo, R. & Silva, A. B. (Org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**: paradigmas, estratégias e métodos. São Paulo: Saraiva, 2006.

CUNHA, A. dos S; SILVA, P. E. A. **Pesquisa empírica em direito**. Rio de Janeiro: IPEA, 2013. 428 p.

CUNHA, M. B. da. **Para saber mais**: fontes de informação em ciência e tecnologia. 2. ed. Brasília: Briquet de Lemos / Livros, 2016,

DOTTA, S. Uso de uma Mídia Social como Ambiente Virtual de Aprendizagem. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE INFORMÁTICA NA EDUCAÇÃO, XXII, 2011, Aracaju. **Anais [...]**. Aracaju: SBC, 2011. p. 610-619. Disponível em: <http://milanesa.ime.usp.br/rbie/index.php/sbie/article/view/1623/1388>. Acesso em: 20 set. 2023.
Disponível em: <https://www.mundoconectado.com.br/noticias/x-twitter-esta-perdendo-usuarios-ativos-diarios-confirma-ceo-linda-accarino/#:~:text=X%2C%20a%20plataforma%20anteriormente%20conhecida,Code%202023%20da%20Vox%20Media..> Acesso em: 01 abr. 2024.

FRAGALE FILHO, R; VERONESE, A. A pesquisa em Direito: diagnóstico e perspectivas. **Revista Brasileira de Pós-Graduação**, [S. l.], v. 1, n. 2, 2011, Disponível em: <http://ojs.rbpg.capes.gov.br/index.php/rbpg/article/view/40>. Acesso em: 6 abr. 2023

FRANÇA, A. de A. Divulgação científica no Brasil: espaços de interatividade na Web. 2015. 136 f. Dissertação (Mestrado em Ciência, Tecnologia e Sociedade) -- Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/7131/DissAAF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 20 nov. 2023.

FARIA, B. S. **O processo de uso do marketing de mídias sociais para comunicação científica**: um estudo de multi-casos em periódicos científicos brasileiros. 2020. 184 f. Dissertação (Mestrado profissional em Administração) - Universidade Federal Fluminense. Volta Redonda, Rio de Janeiro, 2020. Disponível em <https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/15813/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Bruno%20Silva%20Faria.pdf?sequence=1&isAllowed=> Acesso em: 20 mar. 2023

FERREIRA, J. M. Para além de um corpo visível: o papel da literatura de ficção científica nas transformações da imagem humana nas redes sociais virtuais. RELACult – Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade, v. 4, 28 fev. 2018.

FREITAS, Raquel Coelho de; NÓBREGA, Luciana Nogueira. Indignação epistêmica e decolonização do conceito de minorias. **Revista Direito e Práxis**, [S. L.], v. 14, n. 3, p. 1742-1770, set. 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rdp/a/6zYZzg7HxqCwB4JWQKVCvVm/?lang=pt>. Acesso em: 20 mar. 2023.

FONSECA, Maria Guadalupe Piragibe da. Modelos de pesquisa jurídica. In: **Iniciação à pesquisa no direito**: pelos caminhos do conhecimento e da invenção. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009, p. 37-44.

FREITAS, Maria Helena. Considerações acerca dos primeiros periódicos científicos brasileiros. **Ciência da Informação**, [S.L.], v. 35, n. 3, p. 54-66, dez. 2006.. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/RRqQp5h4xm5FSn7dSK99gTG/?lang=pt>. Acesso em: 21 jul. 2022.

GALEANO, Eduardo. A caminho de uma sociedade da incomunicação. Em: MORAES, Dênis de (Org.). Sociedade midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006

GAMA, Ivanilma de Oliveira; CIANCONI, Regina de Barros; GOMÉZ, Maria Nélida González de. A abertura científica: O processo de ressignificação a partir dos movimentos Open Access e Open Science. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [S. l.], v. 27, n. 4, p. 28–53, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/4fqh8qH6WLGf9B6w75kSZDd/#>. Acesso em: 08 abr. 2023

GARCIA, A. P. Certificação Digital: da sociedade da informação às assinaturas eletrônicas *In*: ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL. Conselho Federal. Comissão Especial de Direito da Tecnologia e Informação. **Processo judicial eletrônico**. Brasília, DF: OAB, 2014. 532 p. Disponível em: <https://www.oab.org.br/arquivos/processo-judicial-eletronico-1397235220.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2023

GARVEY, W. D; GRIFFITH, B. C. Communication, the essence of science, Apêndice A, B. In: GARVEY, W. D. **Communication**: the essence of science. Oxford: Pergamon Press, 1979. p.299.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2002.

GMITEREK, G. Serviços de redes sociais de bibliotecas universitárias polonesas durante o bloqueio pandêmico da primavera de COVID-19. **Revista de Biblioteconomia Acadêmica**, [S. l.], v. 47, n. 3, p. 102331, 2021.

GOMES, C. dos S. Imagens meméticas e a comunic(ação) na web: um experimento analítico, reflexões e aplicabilidades acerca do discurso multimodal do Facebook. **Texto Livre**, Belo Horizonte, v. 8, n. 2, p. 54–68, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/textolivres/article/view/16700>. Acesso em: 29 nov. 2023.

GOMES, S. L. R. **A comunicação do conhecimento científico nos ambientes contemporâneos de informação em redes eletrônicas**. 2021. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/179002>. Acesso em: 05 abr. 2023.

GOMES, E; ODDONE, N. Contribuição do Portal de Periódicos da Capes para a produção científica dos pesquisadores brasileiros no campo do Direito: um estudo bibliométrico. **P2P E INOVAÇÃO**, [S. l.], v. 7, n. 1, p. 70–87, 2020. Disponível em: <https://revista.ibict.br/p2p/article/view/5456>. Acesso em: 6 abr. 2023.

GONÇALVES, Márcio. Contribuições das mídias sociais digitais na divulgação científica. In: PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro Pinheiro; OLIVEIRA, Eloísa da Conceição Príncipe de (Orgs.). **Múltiplas facetas da comunicação e divulgação científicas: transformações em cinco séculos**. Brasília: Ibict, 2012. p. 168-187.

GOUVEIA, F. C.; LANG, P. Da webometria à altmetria: uma jornada por uma ciência emergente. In: ALBAGLI, Sarita (Org.). **Fronteiras da Ciência da Informação**. Brasília - DF: Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), 2013, p. 172-195.

GRÁCIO, M. C. C. Estudos métricos da informação. In: **Análises relacionais de citação para a identificação de domínios científicos: uma aplicação no campo dos Estudos Métricos da Informação no Brasil** [online]. Marília/SP: Oficina Universitária, 2020, p. 19-75. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/tx83k/pdf/gracio-9786586546125-02.pdf>. Acesso em: 20 set. 2023.

GREYSEN, S.R.; KIND, T.; CHRETIEN, K.C. Online professionalism, and the mirror of social media. **Journal of General Internal Medicine**, [S. l.], v. 25, n. 11, p. 1227-1229, 2010.

HAGSTROM, W. Factors related to the use of different modes of publishing research in four scientific fields. In: NELSON, C. E.; POLLOCK, D.K. (eds). **Communication among scientists and engineers**. Lexington, Mass: Heath, 1970.

HURD, J. The transformation of scientific communication: a model for 2020. **Journal of the American Society for Information Science**, [S. l.], v. 51, n. 14, p. 1279-1283, 2000.

IRIZAGA, K. R. de F; KREBS, L. M; BETTIO, M; ROCKEMBACH, M. Questões éticas na comunicação científica. **Prisma.Com**, [S.L.], n. 36, p. 148-164, 2018. Disponível em: <https://www.semanticscholar.org/paper/Quest%C3%B5es-%C3%A9ticas-na-comunica%C3%A7%C3%A3o-cient%C3%ADfica-Irizaga-Krebs/541c548c23db97b9c1ea7834f8c8b660aa02f969>. Acesso em: 24 set. 2018.

JEQUINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KOTLER, P; KARTAJAYA, H; SETIAWAN, I. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

KREPSKY, G. M. A Política de Pós-Graduação em Direito no Brasil e o impacto na produção acadêmico-científica: Uma observação sistêmica. **Juris Poiesis**, [S. l.], v. 20, n. 23, p. 19–44, p. 20, 10 set. 2017. Disponível em: <http://periodicos.estacio.br/index.php/jurispoiesis/article/view/3872>. Acesso em: 28 jun. 2022.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

LANCASTER, F. W.; MEHROTRA, Rashmi; OTSU, Kiyoshi. Some publication patterns in Indian and Japanese science: a bibliometric comparison. **International Fórum Information and Documentation**, [S. l.], v. 9, n. 4, p. 11-16, Oct. 1984. Disponível em: <https://www.semanticscholar.org/paper/Some-publication-patterns-in-Indian-and-Japanese-a-Lancaster-Mehrotra/34549640edbb28c67880b17a8a535da4d7a146c9>. Acesso em: 28 jun 2023.

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

LEMOS, A.; CUNHA, P. (Orgs). **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LYMAN, P. Organized by the Andrew W Mellon Foundation at Emory University. [**Association of Research Libraries**], April 1997. Disponível em: <http://www.arl.org/scomm/scat/lyman.html#n4>. Acesso em: 10 set. 2022.

LUCAS, E. de O.; GARCIA-ZORITA, J. C.; SANZ-CASADO, E. Evolução histórica de investigação em informetria: ponto de vista espanhol | Historical evolution of research in informetrics: a spanish view. **Liinc em Revista**, [S. l.], v. 9, n. 1, 2013. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/3385>. Acesso em: 28 set. 2022.

MARTINHO, A. M. de S. O. F. **Contributo das revistas jurídicas para a comunicação e criação de conhecimento**: uma perspectiva bibliométrica. 2011. 286 f. Tese (Doutorado em Bibliografía y Documentación Retrospectiva en Humanidades) Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares, 2011.

MARTINO, L. M. Sá. MARQUES, A. C. S. (Org). **Teorias da comunicação**: processos, desafios e limites. São Paulo: Plêiade, 2015.

MARTINS, R.; ALMEIDA, C de. Direito e ciência da informação: uma possibilidade de interface disciplinar. **Ibersid: revista de sistemas de informação e documentação**, [S. l.], v. 6, p. 145–151, 2012. Disponível em: <https://ibersid.eu/ojs/index.php/ibersid/article/view/3953/>. Acesso em: 02 out. 2019.

MATURANA, H. R.; VARELA, F. J. **A Árvore do Conhecimento**: as bases biológicas da compreensão humana. 9. ed. São Paulo: Palas Athena, 2001. 288 p.

MEADOWS, A. J. **A comunicação científica**. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.

MIRANDA, A. C. C. de; CARVALHO, E. M. R. de; COSTA, M. I da. O impacto dos periódicos na comunicação científica. **Biblos**, [S.L.], v. 32, n. 1, p. 1-22, 29 out. 2018. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/biblos/article/view/7177>. Acesso em 20 nov. 2023.

MIRANDA, D. B.; PEREIRA, M. N. F. O periódico científico como veículo de comunicação: uma revisão de literatura. **Ciência da Informação**, [S. l.], v. 25, n. 3, 1996. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/636>. Acesso em: 08 set. 2022.

MUELLER, S.. Estudos métricos da informação em ciência e tecnologia no Brasil realizados sobre a unidade de análise artigos de periódicos. **Liinc em Revista**, [S. l.], v. 9, n. 1, 2013. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/3429>. Acesso em: 30 jun. 2022.

MELO, Cristino. Problemas para Musk - X/Twitter está perdendo usuários ativos diários, confirma CEO Linda Yaccarino. **Mundo conectado**, set. 2023. Disponível em: <https://www.mundoconectado.com.br/noticias/x-twitter-esta-perdendo-usuarios-ativos-diaros-confirma-ceo-linda-yaccarino/#:~:text=X%2C%20a%20plataforma%20anteriormente%20conhecida,Cod e%202023%20da%20Vox%20Media>. Acesso em: 01 abr. 2024.

NOBRE, M. Apontamentos sobre a pesquisa em Direito no Brasil. **Novos Estudos Cebrap**, São Paulo, p. 145-154, jul. 2003.

NOBRE, Marcos *et. al.* **O que é pesquisa em Direito?** São Paulo: Quartier Latin, 2005.

OLIVEIRA, M. F. A. de. Direito como Ciência. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 3, n. 26, set. 1998. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/4/direito-como-ciencia>. Acesso em: 05 abr. 2023.

PACKER, A. L. A construção coletiva da Biblioteca Virtual em Saúde. **Interface - Comunicação, Saúde, Educação**, [S.L.], v. 9, n. 17, p. 249-272, ago. 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/icse/a/VnCTZ64MLQt4cPLBBgyzsvz/>. Acesso em: 05 abr. 2023.

PERASSI, R.; MENEGHEL, T. Conhecimento, Mídia e Semiótica na área de mídia do conhecimento. *In*: VANZIN, Tarcísio; DANDOLINI, Gertrudes Aparecida (Org). **Mídias do Conhecimento**. Florianópolis: Pandion, 2011.

PEREIRA, D. M.; SILVA, G. S. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) como aliadas para o desenvolvimento. **Cadernos De Ciências Sociais Aplicadas**, [S. l.], v. 7, n. 8, dez. 2020. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/ccsa/article/view/1935>. Acesso em: 05 abr. 2023.

PETRY, R. C. Um decálogo para a pesquisa científica em Direito. **Revista Consultor Jurídico**, [S. l.], jan. 2022. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2022-jan-10/petry-decalogo-pesquisa-cientifica-direito>. Acesso em: 05 abr. 2023.

PICCOLI, M. S. de Q; PANIZZON, M. A popularização do conhecimento científico como forma de interação entre a academia e a sociedade. **Revista Brasileira de Pós-Graduação – RBPG**, Brasília, v.17, n. 37, jan./jun., 2021.

PINHEIRO, Rafael (ed.). Post carrossel no Instagram: como fazer, ideias e dicas de engajamento: o post carrossel consiste em, pelo menos, dois e no máximo dez mídias, podendo ser somente imagem, vídeo, ou uma mescla dos dois.. **Talentnetwork**: Blog, São Paulo, 08 set. 2022. Diário. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/talent-blog/post-carrossel-no-instagram/>. Acesso em: 24 abr. 2024.

PINHEIRO, V. de J. C. .; PAIXÃO, P. B. S. .; BARROSO, C. de A. V. C. . Avaliação do uso do twitter no sistema de bibliotecas da Universidade Federal de Sergipe: estratégias de marketing digital. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 18, n. 00, p. e020028, 2020. DOI: 10.20396/rdbci.v18i0.8661193. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8661193>. Acesso em: 20 set. 2022.

PRADO, J. M. K. **Evidências teóricas para um marketing da ciência em acesso aberto**. 2019. 139 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/215017>. Acesso em: 03 abr. 2023

PRADO, G. M. B. C. do. **Mídia digital e conhecimento na área de coaching: contradições na formação e na comunicação da marca profissional**. 2017. 108 f. Dissertação (Mestre Engenharia e Gestão do Conhecimento) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/177870/347161.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 20 dez. 2023.

PRADO, Gladys Milena Berns Carvalho do. **Mídia digital e conhecimento na área de coaching: contradições na formação e na comunicação da marca profissional**. Dissertação, 2017.

PRICE, D. J. S. **O desenvolvimento da ciência**: análise histórica, filosófica, sociológica e econômica. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1976.

PRIEM, J. *et al.* Altmetrics: a manifesto. **Altmetrics.org**, [S. l.], oct. 2010. Disponível em:

<https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1187&context=scholcom>.

Acesso em: 20 set. 2022

PRIEM, J.; HEMMINHER, B. Scientometrics 2.0: new metrics of scholarly impact on the social Web. **First Monday**, [S. l.], v. 15, n. 7, jul. 2010. Acesso em: 20 set. 2022

PRIMO, A. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E- Compós**. Brasília, v. 9, p. 1-21, 2007. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/153>. Acesso em: 20 set. 2022

PINHEIRO, R. (ed.). Post carrossel no Instagram: como fazer, ideias e dicas de engajamento. **Talentnetwork**, [S. l.], set. 2022. Disponível em:

<https://rockcontent.com/br/talent-blog/post-carrossel-no-instagram/>. Acesso em: 29 nov. 2023.

RAMOS, P. E. G. T; MARTINS, A. de O. Reflexões sobre a rede social Instagram: do aplicativo textualidade. **Texto Digital Florianópolis**, v. 14, n. 2, p. 117-à 133, dez. 2018. Disponível em:

<https://periodicos.ufsc.br/index.php/textodigital/article/view/1807-9288.2018v14n2p117>. Acesso em: 12 dez. 2023.

RECUERO, R. Estudos de redes sociais. In: FRAGOSO, S; RECUERO, R; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013. Parte 2, p.115-138.

RECUERO, R.; BASTOS, M.; ZAGO, G. Análise de redes para mídia social. Porto Alegre: Sulina, 2015.

REIS, J. Ponto de vista: José Reis. In: MASSARANI, L. *et al.* (org.) **Ciência e público**: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro: Casa da Ciência - Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Fórum de Ciência e Cultura, 2002. p. 73-78.

REIS, M. T. V. O conhecimento científico no FacebookK: revistas brasileiras de saúde pública e as interações com seus seguidores. 2018. 82 f. Dissertação (Pós-Graduação em Saúde Pública – Mestre em Ciências). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em:

<https://pdfs.semanticscholar.org/ed0a/163602f4c25e264c52fc089ef0ba15ccdd3b.pdf>.

Acesso em: 20 fev. 2024.

ROCHA, E. S. S; SILVA, M. R. da (ed.). Métricas alternativas de periódicos da Ciência da Informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 4, n. 24, p. 118-139, dez. 2020. Disponível em:

<https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/26935/20508>. Acesso em: 12 jul. 2022.

ROCHA, A. R. C da; MENDES FILHO, L; SILVA, D. S. da; CHAGAS, M. M. das.

Redes sociais como ferramenta de divulgação de trabalhos científicos apresentados no Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pósgraduação em Turismo

(ANPTUR). **Marketing & Tourism Review**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, out. 2016. Disponível em: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/mtr/article/view/3713>. Acesso em: 27 mar. 2022

RODRÍGUEZ, M. Á. D.. **Manual de Derecho Informático**. Barcelona: Aranzadi, 2001.

RUSCHEL, A. J; LAZZARI, J. B; ROVER, A. J. O processo judicial eletrônico no Brasil: uma visão geral. In: ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL. Conselho Federal. Comissão Especial de Direito da Tecnologia e Informação. **Processo judicial eletrônico**. [S. l.], 2014. 532 p. Disponível em: <https://www.oab.org.br/arquivos/processo-judicial-eletronico-1397235220.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2023.

SAIOTE, J. **Comunicação de ciência nas redes sociais: o caso dos Laboratórios Associados de Portugal**. 2013. 121 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto, Portugal, 2013. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10216/72485>. Acesso em: 20 mar. 2023

SALTON, B. P.; AGNOL, A. D.; TURCATI, A. **Manual de Acessibilidade em Documentos Digitais**. Bento Gonçalves, RS : Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, 2017. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1prnE3MJFTsxARpWR2cOLbWmtK3x6aLNt/view>. Acesso em: 29 nov. 2023.

SANTA ANNA, J. Comunicação científica e o papel dos periódicos científicos no desenvolvimento das ciências. Belo Horizonte, v. 15, n. 1, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/biblio/article/view/44365>. Acesso em: 5 abr. 2023.

SANTAELLA, L; LEMOS, R. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2012.

SANTOS, B. de S. Os tribunais e as novas tecnologias de comunicação e informação. **Sociologias**, Porto Alegre, n. 13, p. 82-109, jan/jul. 2005.

SANTOS, H. M. dos; FLORES, D. Políticas de preservação digital para documentos arquivísticos. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [S. l.], v. 20, n. 4, p.197-217, dez. 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/s5JqMw9Mkk3VVgKpCK7GRZC/?format=pdf>. Acesso em: 04. mar. 2023.

SANTOS, P. W. Q. D.; ALBUQUERQUE, J. P. S. Altméria: uma nova lente para os estudos métricos da informação. **Biblionline**, [S. l.], v. 13, n. 3, p. 3-12, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/biblio/article/view/35874>. Acesso em: 28 set. 2022.

SANTANA, C. A. *et al.* Difusão da informação no Twitter: Fluxo da informação na audiência invisível. In: ENCONTRO NACIONAL EM PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 14., 2013, Florianópolis. **Anais [...]** Florianópolis: UFSC, 2013.

SCHURIG, Sofia. **Twitter perde relevância como fonte de audiência para imprensa**. Núcleo, mai. 2023. Disponível em: <https://nucleo.jor.br/curtas/2023-05-25-twitter-imprensa-audiencia/>. Acesso em: 01 abr. 2024.

SILVA FILHO, R. C.; VANZ, S. A. S. Impacto de altmetrics sobre a visibilidade de artigos em acesso aberto da enfermagem brasileira: um estudo de caso. **Transinformação**, [S. l.], v.31, e190025, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tinf/a/j78nGCJG73s9VqJgbcCYdy/?lang=pt>. Acesso em: 26 set. 2022.

SILVA, K. O. da; FERREIRA, S. M. S. P. O uso de mídias sociais por periódicos da área de Ciência da Informação. *In*: ENCONTRO BRASILEIRO DE BIBLIOMETRIA E CIENTOMETRIA, 2022, Maceió. **Anais [...]** Maceió: [S.n], 2022. Disponível em: <https://ebbc.inf.br/ojs/index.php/ebbc/article/view/23>. Acesso em: 08 set. 2022

SILVA, L. A. G. da. Difusão da doutrina jurídica: as revistas brasileiras de Direito. **Revista de Direito da UPIS**, Brasília, n. 1, p. 261-298, jan. 2003.

SILVA, C. M. X. **A comunicação científica e o uso das mídias sociais**. 2018. 42. F. Trabalho de Conclusão de Graduação (Graduação em Biblioteconomia). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/11869/1/CMXSilva.pdf>. Acesso em: 08 set. 2022.

SILVA, M. A. da. A importância da democracia no ensino jurídico. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 19, n. 4037, jul. 2014. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/30365>. Acesso em: 05 abr. 2023.

SILVA, M. P. da; TAVARES, D. C. O espetáculo midiático contemporâneo na construção social. **Culturas Midiáticas**, [S. l.], v. 6, n. 1, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/16200>. Acesso em: 16 abr. 2024.

SILVA, R. A.; PERES, F. M. A. Imaginário coletivo e memes nas redes sociais digitais: o caso da Escola da Depressão. *Revista Educação em Questão*. Natal: v. 56, n. 50, 11 dez. 2018.

SILVA, T.; BUCKSTEGGE, J.; ROGEDO, P. (Orgs.). **Estudando cultura e comunicação com mídias sociais**. Brasília: IBPAD, 2018.

SILVA, P. I. R. Dinâmicas Comunicacionais na representação da vida cotidiana Instagram: um modo de narrar sobre si, fotografar ou de olhar para se ver: um modo de narrar sobre si, fotografar ou de olhar para se ver. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Ouro Preto, p. 1-15, jun. 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/r33-1626-2.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2013.

SILVEIRA, E.; SENA, P. M. B.; DUARTE, E. J. Revista ACB: a divulgação científica no Facebook. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, [S. l.], v. 13, p. 2287-2299, 2017. Disponível em

<https://rbbd.homologacao.emnuvens.com.br/rbbd/article/view/863>. Acesso em: 08 abr. 2023.

SOARES, C. Q. **A pesquisa jurídica no Brasil: uma análise dos artigos científicos na área de Direito Constitucional**. 2012. 94 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, 2012. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/4184/A%20pesquisa%20jur%C3%ADdica%20no%20Brasil%20-%20Cristiano%20Quintela.pdf?sequence=1>. Acesso em: 14 mar. 2023.

SOBRAL, N. V; SANTOS, R. N. M. dos; BARROS, S. S.; RIBEIRO, B. B. C; FARIAS, J.de S. Ramos de pesquisa e redes de colaboração na produção científica do programa de pós-graduação em direito da universidade federal da bahia. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, [S. L.], p. 99-117, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/pgc/article/view/54759>. Acesso em: 25 maio 2021.

SOBRAL, N. V; BUFREM, L S. Estudos métricos da informação no Brasil: um campo científico exitoso. **RECIIS - Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 1-14, jan./mar. 2022.

SOUZA JÚNIOR, Jaime. Eleições brasileiras de 2014, selfies e a criminalização de sua propagação via eventos digitais: um estudo crítico-discursivo. **Domínios de Lingu@Gem**, [S.L.], v. 9, n. 1, p. 177-197, 1 abr. 2015. Disponível em: <https://doaj.org/article/e514eed55f8a45f7bdef12cc8ec44e09>. Acesso em: 25 maio 2021.

SOUSA. R. de L.; VIEIRA, I. M. C. O debate on-line sobre a ética na ciência no caso He Jiankui: oportunidades, limites e desafios da popularização da ciência. In: SILVA, M. P. da. (Org.). **A influência da comunicação 2**. Ponta Grossa: Atena, 2020.

SPERA, H. B; MUGNAINI, R. Características da produção científica em direito: desafios para a avaliação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 2019. **Anais [...]**. Florianópolis: UFSC, 2019.

TARGINO, M. das G. (2000). Comunicação Científica: uma revisão de seus elementos básicos. **Informação & Sociedade: Estudos**, [S. I.], v. 10, n. 2, 2000. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/326>. Acesso em: 20 set. 2022.

TARGINO, M. das G. Vancouver é aqui: no Brasil.. **Informação & Informação**, v. 13, n. 2, p. 142-144, 2008.

TARGINO, Maria das Graças; TORRES, Názia Holanda. Comunicação científica além da ciência. **Ação Midiática**, [S. I.], n. 7, ano 2014. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/acaomidiatica/article/view/36899>. Acesso em: 20 set. 2022.

TENOPIR, C.; KING, D. W. A importância dos periódicos para o trabalho científico. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, [S. I.], v. 25, n. 1, p. 15-26, 2001.

Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/70824>. Acesso em: 06 set. 2022.

TWETTAR. 2023. Conceito Tweetar. Disponível em: [google.com/search?sca_esv=588018538&sxsrf=AM9HkKkKnoVsPE60pJraYtsuvrCkSMCO1Q:1702307288960&q=tweetar+que+pode+significar+compartilhar+novamente+os+tweets+de+outra+pessoa+com+seus+pr%C3%B3prios+seguidores+no+Twitter.+Voc%C3%AA+podere+retuitar+uma+mensagem+no+estado+em+que+se+encontra+ou+citar+o+tweet+para+incorporar+o+tweet+original+como+uma+imagem+em+seu+tweet+antes+de+envi%C3%A0-lo.&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwiQ5lbq1leDAXVTGLkGHT6ECroQBSgAegQICBAC&biw=1366&bih=641&dpr=1](https://www.google.com/search?sca_esv=588018538&sxsrf=AM9HkKkKnoVsPE60pJraYtsuvrCkSMCO1Q:1702307288960&q=tweetar+que+pode+significar+compartilhar+novamente+os+tweets+de+outra+pessoa+com+seus+pr%C3%B3prios+seguidores+no+Twitter.+Voc%C3%AA+podere+retuitar+uma+mensagem+no+estado+em+que+se+encontra+ou+citar+o+tweet+para+incorporar+o+tweet+original+como+uma+imagem+em+seu+tweet+antes+de+envi%C3%A0-lo.&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwiQ5lbq1leDAXVTGLkGHT6ECroQBSgAegQICBAC&biw=1366&bih=641&dpr=1). Acesso em: 11 dez. 2023.

VALÉRIO, P. M.; PINHEIRO, L. V. R. Da comunicação científica à divulgação. **TransInformação**, Campinas, v. 20, n. 2: p. 159-169, maio/ago, 2008.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

VIEIRA, D. V.; BAPTISTA, S. G.; CUEVAS CERVERO, A. Adoção da Web 2.0 em bibliotecas de universidades públicas espanholas: perspectivas de interação do bibliotecário com as redes sociais: relato de pesquisa. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [S. l.], v.18, n.2, p.167-181, abr./jun. 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/jCCgKGGbpgrcmdTNDgkYGpr/?format=pdf>. Acesso em: 14 ago. 2013.

WASSERMAN, S; FAUST, K. **Social Network Analysis: methods and applications**. 4. Ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

WEITZEL, S. R. Fluxo da informação científica. In: POBLACION, D. A.; WITTER, G. P.; SILVA, J. F. M. (Orgs.). **Comunicação e produção científica: contexto, indicadores e avaliação**. São Paulo: Angellara, 2006. p. 83-114.

ZIMAN, J. M. Comunidade e comunicação. In: ZIMAN, J. M. **Conhecimento público**. São Paulo: EDUSP, 1979. P. 115-138.

APÊNDICE A - TELA DO FANPAGE KARMA COM AUTORIZAÇÃO DE USO

