

Uso das redes sociais pelos repositórios institucionais de acesso aberto

Lucia Seixas de Moraes

Mestre em Ciência da Informação pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT)

- Rio de Janeiro, RJ – Brasil.

<http://lattes.cnpq.br/8638478414725919>

E-mail: luseixas50@gmail.com

Luana Farias Sales

Doutora em Ciência da Informação pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia

(IBICT) - Rio de Janeiro, RJ – Brasil. Professora do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação

(PPGCI), convênio Universidade Federal do Rio de Janeiro e Instituto Brasileiro de Informação em Ciência

e Tecnologia (UFRJ/Ibict) - Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

<http://lattes.cnpq.br/9090064478702633>

E-mail: luanasaes@ibict.br

Data de submissão: 08/08/2019. Data de aprovação no ConfOA: 12/06/2019. Data de publicação:

RESUMO

Diante da falta de visibilidade dos repositórios institucionais digitais, a pesquisa investiga se as redes sociais podem servir como mecanismo de divulgação para esses repositórios e, ainda, de que forma as instituições ou os gestores de repositórios vêm utilizando as redes Facebook e Twitter como mecanismo de visibilidade. A amostra foi composta pelos repositórios institucionais listados no site do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict). Usando a metodologia de pesquisa empírica, de caráter exploratório, o trabalho concluiu que ainda é muito tímido o uso ativo de redes sociais por esses repositórios para fins de divulgação de sua existência e conteúdo.

Palavras-chave: Repositórios institucionais. Comunicação científica. Redes sociais. Marketing digital.

Use of social networks by open access institutional repositories

ABSTRACT

Given the lack of visibility of digital institutional repositories, this research investigates whether social networks can serve as a dissemination mechanism for such repositories and also how institutions or repository managers have been using Facebook and Twitter as a mechanism for visibility. The sample consisted of the institutional repositories listed on the website of the Brazilian Institute of Information Science and Technology (Ibict). Using the exploratory empirical research methodology, the work concluded that the active use of social networks by these repositories to disseminate their existence and content is still very timid.

Keywords: *Institutional repositories. Scientific communication. Social networks. Digital marketing.*

Uso de redes sociales por repositorios institucionales de acceso abierto

RESUMEN

Dada la falta de visibilidad de los repositorios institucionales digitales, la investigación investiga si las redes sociales pueden servir como mecanismo de difusión para dichos repositorios y también cómo las instituciones o los administradores de repositorios han estado utilizando Facebook y Twitter como mecanismo para visibilidad. La muestra consistió en los depósitos institucionales enumerados en el sitio web del Instituto Brasileño de Ciencia y Tecnología de la Información (Ibict). Utilizando la metodología de investigación empírica exploratoria, el trabajo concluyó que el uso activo de las redes sociales por parte de estos repositorios para la difusión de su existencia y contenido aún es muy tímido.

Palabras clave: *Repositorios institucionales. Comunicación científica. Redes sociales. Marketing digital.*

INTRODUÇÃO

O cenário da comunicação científica vem sendo profundamente modificado a partir do movimento mundial de livre acesso (Open Access Movement) e da adesão da comunidade científica à chamada web 2.0, a web como plataforma, que permitiu aos pesquisadores uma nova dinâmica de publicação e disseminação do conhecimento produzido. Um marco importante dentro do novo fluxo estabelecido para a comunicação científica foi a criação, a partir de 2002, dos repositórios institucionais digitais (ROSA; GOMES, 2010).

Enquanto uma “biblioteca digital destinada a guardar, preservar e garantir livre acesso, via internet, à produção científica no âmbito de uma dada instituição” (MARCONDES; SAYÃO, 2009), um repositório institucional digital deveria ser de amplo conhecimento da sociedade, a fim de que possa cumprir as finalidades para as quais foi criado. No entanto, não é isso o que se verifica.

Uma pesquisa realizada em 2016 para analisar o uso dos repositórios institucionais das universidades federais do Brasil, com amostra composta por 745 usuários dessas universidades, constatou que “ainda há pouco uso dos repositórios como fontes de informação e que não há o conhecimento necessário para o uso dessa ferramenta” (FARIAS; GALINDO, 2016).

Em tempos de internet, quando as redes sociais tornaram-se importantes canais de informação, não seria despropositado relacionar o baixo conhecimento dos repositórios institucionais à ausência de um trabalho específico que vise sua divulgação no ambiente digital, como já fizeram as revistas científicas e instituições ligadas à ciência e tecnologia.

Trata-se de uma questão significativa, já que os repositórios institucionais assumem grande relevância dentro da filosofia do livre acesso. Como observam Marcondes e Sayão (2009), essas ferramentas retomam uma proposta que tem origem no Iluminismo, segundo a qual os resultados da atividade científica, muitas vezes obtidos por meio de investimentos públicos, devem também ser públicos e amplamente utilizados. Para esses autores, os repositórios institucionais são atualmente um dos mais importantes desafios políticos e profissionais com que se deparam os profissionais de informação no Brasil.

Entre os desafios destaca-se, certamente, o de construir e gerir essas ferramentas a fim de dar-lhes ampla visibilidade. Afinal, construir um repositório não basta. É preciso fidelizá-lo oferecendo serviços, a exemplo de redes como o Research Gate, e colocá-lo em prática por meio de um bom trabalho de marketing digital nas redes sociais.

De fato, como afirma Leite (2009), a equipe ideal para a construção de um repositório institucional digital deve ser constituída por bibliotecários, analistas de sistemas e profissionais de comunicação/marketing. No entanto, infelizmente o profissional de marketing raramente está envolvido no trabalho de construção e gestão dessa importante ferramenta. Assim, é comum que boas oportunidades de divulgar o conhecimento científico contido nos repositórios institucionais digitais sejam perdidas.

MARKETING DIGITAL E REDES SOCIAIS EM TEMPOS DE LIVRE ACESSO

A chegada das tecnologias de informação e comunicação (TICs) produziu sensíveis alterações nos processos tradicionais de comunicação científica, alterando padrões e comportamentos sedimentados desde a criação de revistas e sociedades científicas, marcos da história da comunicação científica que dominaram a área durante séculos (PRÍNCIPE, 2013).

As mudanças trazidas pelas novas TICs foram rapidamente assimiladas pela comunidade científica, com destaque, nos últimos anos, para o uso das redes sociais. A Nasa (National Aeronautics and Space Administration), responsável pela pesquisa e desenvolvimento de tecnologias e programas de exploração espacial nos EUA, é um exemplo de boa utilização das redes sociais. A agência tem perfis no Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Google Plus, Tumblr e Flickr, tanto em inglês como em espanhol. Por meio dessa estratégia — que conta, inclusive, com posts de aparições ao vivo dos astronautas no espaço —, uma grande legião de seguidores foi conquistada.

Segundo Reino (2002), marketing digital é a aplicação dos conceitos de marketing no ambiente digital. Entre os seus objetivos está o de construir uma marca forte na internet. E, nesse ambiente, as redes sociais de fato se destacam como grandes canais para essa finalidade em nossos dias. Entretanto, nem todas as iniciativas são bem-sucedidas nas redes sociais.

Para Torres (2016), “ainda há um abismo colossal entre a comunicação sobre ciência e a utilização estratégica dos meios digitais”. Segundo o autor, é de suma importância o profissionalismo no trabalho com as redes sociais para divulgar ciência, pois o mau uso delas pode causar prejuízos sérios para a imagem dos pesquisadores e das instituições, acarretando até perda de investimentos.

Essa reflexão confirma a necessidade defendida por Leite (2009) da presença de um profissional de comunicação/marketing na equipe de construção de um repositório institucional digital. Nesse sentido, o presente trabalho teve por objetivo investigar se as redes sociais podem servir como mecanismo de divulgação para repositórios institucionais e, ainda, de que forma as instituições ou os gestores de repositórios vêm utilizando tais redes como mecanismo de visibilidade.

METODOLOGIA

A presente pesquisa empírica, de caráter exploratório, teve como ponto de partida o site do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), por ter sido essa instituição uma das integrantes do projeto IBICT-FINEP/PCAL/XBDB, que possibilitou a implantação de repositórios institucionais digitais em diversas universidades e instituições de pesquisa brasileiras.

A lista que consta no site do Ibict apresenta 110 repositórios com seus respectivos links, sendo eles institucionais (que lidam com a produção científica de uma determinada instituição) e temáticos (aqueles que lidam com a produção científica de uma determinada área, sem limites).

A investigação foi conduzida em cinco etapas: 1) levantamento dos repositórios; 2) identificação de repositórios que se valiam de redes sociais; 3) análise do uso das redes sociais por cada repositório; 4) classificação dos tipos de uso das redes sociais pelos repositórios; e 5) verificação do uso que cada um dos repositórios fazia para cada rede social.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Após o levantamento dos 110 repositórios, foram destacados aqueles que estampavam os ícones do Facebook e/ou do Twitter em sua página inicial. Entretanto, 22 repositórios apresentaram problemas de acesso. Assim, foi feita a análise da presença de ícones das redes sociais em apenas 88 repositórios. Desses, apenas 16 tinham em sua página inicial os ícones do Facebook e/ou do Twitter, confirmando a nossa primeira questão e revelando o conhecimento, pelos gestores dos repositórios, da possibilidade de uso de redes sociais como mecanismos de divulgação.

Seguiu-se então a etapa da pesquisa seguinte, que tinha como objetivo verificar que tipos de uso os repositórios institucionais vinham fazendo das redes sociais. Nessa etapa, verificou-se que em dois repositórios os ícones das redes sociais não tinham links. Eram ícones vazios. Tal fato revela, segundo nossa interpretação, a intenção de criar as redes sociais, ainda não concretizada.

Eliminados os repositórios com ícones vazios, foram identificados, a partir da análise dos demais repositórios, o uso que cada um fazia de suas redes sociais. Esses usos foram analisados e depois classificados em três diferentes tipos:

- **COMPARTILHAMENTO** (as redes sociais servem apenas para que o usuário compartilhe um conteúdo do repositório com seus seguidores);
- **REDE INSTITUCIONAL** (as redes sociais remetem às redes sociais da instituição a que o repositório pertence);
- **REDE EXCLUSIVA** (as redes sociais são exclusivas dos repositórios e são utilizadas ativamente para divulgação de sua existência e conteúdo).

Decidiu-se, portanto, eliminar os sites de repositórios nos quais as redes sociais servem apenas para **COMPARTILHAMENTO** de conteúdo. Obteve-se, assim, uma nova lista de dez repositórios com links ativos para as redes sociais Facebook e/ou Twitter:

1.	Repositório Institucional do Centro Universitário de Brasília
2.	Repositório Institucional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (RIUT)
3.	Repositório Institucional da Escola Nacional de Administração Pública
4.	Repositório Institucional do Instituto Federal da Paraíba
5.	Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin
6.	Biblioteca Digital do Senado Federal
7.	Biblioteca Digital do BNDES
8.	Memória – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
9.	Portal Brasileiro de Dados Abertos
10.	Repositório de Outras Coleções Abertas – Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Foi verificado, então, o tipo de uso que cada repositório fazia para as redes sociais:

Em quatro dos dez repositórios (RI Centro Universitário de Brasília, RI Escola Nacional de Administração Pública, Inst. Federal da Paraíba e Biblioteca Digital do BNDES) o link do Facebook remetia para a página das instituições a que eles são subordinados (REDE INSTITUCIONAL).

No Repositório Institucional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (RIUT) e Repositório de Outras Coleções Abertas (ROCA) da mesma universidade, os links do Facebook remetiam para a página do Portal de Informação em Acesso Aberto (PIAA), que promove o acesso da produção da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), seja ela científica ou divulgada por meio dos periódicos científicos institucionais. Esse portal também é vinculado a uma rede institucional.

O Portal Brasileiro de Dados Abertos não possui Facebook. Apenas a Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin, da Universidade de São Paulo, e a Biblioteca Digital do Senado Federal e Memória, no Instituto Federal do Rio Grande do Norte, possuem páginas próprias do Facebook (rede exclusiva).

m cinco dos dez repositórios o ícone do Twitter remete para o perfil da instituição à qual estão subordinados (RI do Centro Universitário de Brasília, RI da Escola Nacional de Administração Pública, Inst. Federal da Paraíba, Senado Federal Biblioteca Digital do BNDES) — rede institucional.

No Repositório Institucional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (RIUT) e Repositório de Outras Coleções Abertas da mesma universidade, os links do Twitter remetiam para a página do Portal de Informação em Acesso Aberto (PIAA), que promove o acesso da produção da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), seja ela científica ou divulgada por meio dos periódicos científicos institucionais. Esse portal também possui vínculo com uma rede institucional.

E Apenas três repositórios possuem perfis próprios no Twitter: a Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin, da Universidade de São Paulo, o Instituto Federal do Rio Grande do Norte e o Portal Brasileiro de Dados Abertos (rede exclusiva).

Tabela 1 – Utilização do Facebook pelos repositórios institucionais listados:

1	RI do Centro Universitário de Brasília	REDE INSTITUCIONAL
2	RI da Univers. Tecnológica Federal do Paraná	REDE INSTITUCIONAL
3	RI da Escola Nacional de Administração Pública	REDE INSTITUCIONAL
4	RI do Instituto Federal da Paraíba	REDE INSTITUCIONAL
5	Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin	REDE EXCLUSIVA
6	Biblioteca Digital do Senado Federal	REDE EXCLUSIVA
7	Biblioteca Digital do BNDES	REDE INSTITUCIONAL
8	Memória – Inst. Federal do Rio Grande do Norte	REDE EXCLUSIVA
9	Portal Brasileiro de Dados Abertos	Não possui Facebook
10	Repositório de Outras Coleções Abertas - Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).	REDE INSTITUCIONAL

Fonte: Elaborada pelas autoras.

Tabela 2 – Utilização do Twitter pelos repositórios institucionais listados:

1	RI do Centro Universitário de Brasília	REDE INSTITUCIONAL
2	RI da Univers. Tecnológica Federal do Paraná	REDE INSTITUCIONAL
3	RI da Escola Nacional de Administração Pública	REDE INSTITUCIONAL
4	RI do Instituto Federal da Paraíba	REDE INSTITUCIONAL
5	Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin	REDE EXCLUSIVA
6	Biblioteca Digital do Senado Federal	REDE INSTITUCIONAL
7	Biblioteca Digital do BNDES	REDE INSTITUCIONAL
8	Memória – Inst. Federal do Rio Grande do Norte	REDE EXCLUSIVA
9	Portal Brasileiro de Dados Abertos	REDE EXCLUSIVA
10	Rep. Outras Coleções Abertas – UTF do Paraná	REDE INSTITUCIONAL

Fonte: Elaborada pelas autoras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos dias de hoje, é amplamente reconhecida a importância dos repositórios digitais para as universidades e instituições de pesquisa, pois eles representam uma oportunidade de fortalecimento institucional, tornando visível a sua produção acadêmica de forma organizada. Sabe-se ainda que visibilidade é imprescindível na internet. Um site sem divulgação de sua existência e conteúdo remete à triste imagem de livros publicados e não distribuídos. São frutos de esforço considerável, custaram dinheiro para a sua produção e, no entanto, permanecem desconhecidos.

Sobre os repositórios institucionais brasileiros, esta pesquisa permitiu verificar que é muito baixo o nível de utilização ativa das redes sociais Facebook e Twitter por seus gestores. Da amostra inicial de 88 repositórios acessados por meio da relação apresentada no site do Ibict, apenas 4,5% deles possuem redes sociais próprias no Facebook e/ou Twitter. Na maioria dos repositórios estudados, as redes sociais pertenciam às instituições a que eram subordinados.

Entre os repositórios com Facebook e Twitter próprios estão a Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin (USP); Memória (Instituto Federal do Rio Grande do Norte); Portal Brasileiro de Dados Abertos; e Biblioteca Digital do Senado Federal. Verifica-se ainda que, desses repositórios, apenas dois — o Memória e a Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin — são ligados a instituições de ensino e pesquisa.

É fato que, muitas vezes, a escassez de recursos impede a inclusão de um profissional de comunicação/marketing na equipe de criação dos repositórios. Mas o cenário que se tem hoje, quando os repositórios não alcançaram a visibilidade pretendida, justifica uma maior preocupação dos gestores dessas ferramentas com a sua divulgação por meio de um trabalho profissional de marketing digital.

O bom e ativo uso das redes sociais pelos repositórios institucionais favoreceria não apenas a dinâmica da comunicação científica, mas ainda a divulgação científica, já que seu conteúdo pode interessar também ao cidadão comum. Além disso, entre os conceitos relacionados à ciência aberta está também a ciência cidadã, que se refere à colaboração entre cientistas profissionais e cidadãos, muitas vezes pesquisadores amadores (PARRA, 2015).

Para fins de aprofundamento do tema, seria importante pesquisar sobre as possibilidades concretas de uso das redes sociais pelos gestores dos repositórios institucionais digitais a fim de evidenciar o grande potencial de divulgação que elas apresentam. Esse trabalho, que também evidenciará a importância dos profissionais de comunicação/marketing na área, é o que se pretende analisar em estudo posterior.

REFERÊNCIAS

- FARIAS, R. A. N. de; GALINDO, M. L. Análise de comportamento do uso de repositórios digitais de universidades federais brasileiras. *Páginas a&b: arquivos e bibliotecas*, [s.l.], n.6, 2016. Disponível em: <http://ojs.letras.up.pt/index.php/paginasaeb/article/view/1544>. Acesso em 29 ago. 2018.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA- Ibict. *Repositórios Digitais*. Brasília, 23 out. 2018. Disponível em: <http://www.ibict.br/informacao-para-ciencia-tecnologia-e-inovacao%20/repositorios-digitais/repositorios-brasileiro>. Acesso em 01 set. 2018.
- LEITE, F. C. L. *Como gerenciar e ampliar a visibilidade da informação científica brasileira* – Repositórios institucionais de acesso aberto. Brasília (DF): Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), 2009. Disponível em: <http://livroaberto.ibict.br/handle/1/775>. Acesso em 02 set. 2018.
- MARCONDES, C. H.; SAYÃO, L. F. Introdução: repositórios institucionais e livre acesso. In: SAYÃO, L. et al. (org.). *Implantação e gestão de repositórios institucionais*: políticas, memória, livre acesso e preservação. Bahia: Editora da Universidade Federal da Bahia, 2009.
- PARRA, H. Z. M. Ciência cidadã: modos de participação e ativismo informacional. In: ALBAGLI, S.; MACIEL, M. L.; ABDO, A. H. (org.). *Ciência aberta, questões abertas*. Brasília: IBICT; Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: http://livroaberto.ibict.br/bitstream/1/1060/1/Ciencia%20aberta_questoes%20abertas_PORTUGUES_DIGITAL%20%285%29.pdf. Acesso em: 04 set. 2018.
- PRINCIPE, E. Comunicação científica e redes sociais. In: ALBAGLI, S. (org.). *Fronteiras da Ciência da informação*. Brasília: Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), 2013. p.198-218. Disponível em: <http://livroaberto.ibict.br/bitstream/1/1020/11/Fronteiras%20da%20Ci%3aancia%20da%20Informa%3a7%3a3o.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2018.

REINO, L. S. A. *Redes Sociais e Marketing Digital, o Caso do Firula's Café*. [S.l.:s.n.], 2002. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=2131. Acesso em: 27 ago. 2018.

ROSA, F.; GOMES, M. J. Comunicação Científica: das restrições ao livre acesso. In: GOMES, M. J.; ROSA, F. (org.). *Repositórios institucionais: democratizando o acesso ao conhecimento*. Salvador: EDUFBA, 2010. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/616/3/Repositorios%20institucionais.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2018.

TORRES, C. C. O uso das redes sociais na divulgação científica. *Site do Observatório da Imprensa*, São Paulo, n. 891, 23 fev. 2016. Disponível em: <http://observatoriodaimpresa.com.br/diretorio-academico/o-uso-das-redes-sociais-na-divulgacao-cientifica/>. Acesso em 18 ago. 2018.