



Assembleias métricas da produção científica: um estudo sobre as práticas de publicação, metrificação e circulação na plataforma Academia.edu

Metric assemblages of scientific production: a study on publication, measurement and circulation practices on the Academia.edu platform

Isabela Crispim Brito Furtado ^a, * 

Carlos Frederico de Brito D'Andréa ^a 

RESUMO: As métricas estão presentes no cotidiano de pesquisadoras/es de variadas formas, alavancando processos de comparação e competição que são acentuados pelo fenômeno da plataformização. Nesse trabalho, realizamos um estudo de caso da plataforma Academia.edu visando discutir a construção da visibilidade e da *persona online* de pesquisadoras/es a partir das dinâmicas de publicação, metrificação e circulação da produção científica nessa rede social acadêmica. Propomos encarar esse complexo de dados acadêmicos como “assembleias métricas” (Burrows 2012) e assim ressaltar como diversas tecnologias de medição convergem para avaliar desempenhos e orientar comportamentos profissionais. Além de um esforço revisional teórico sobre o tema, realizamos um estudo qualitativo a partir de entrevistas semiestruturadas com pesquisadoras/es brasileiros que utilizam a plataforma. Essas conversas guiam um debate sobre as práticas associadas à Academia.edu e os regimes de visibilidade impulsionados por essa plataforma comercial.

Palavras-chave: Academia.edu; Plataformas; Métricas; Produção Científica; Circulação da Produção Científica.


ABSTRACT: Metrics are present in the daily lives of academic researchers in a variety of ways, leveraging processes of comparison and competition that are accentuated by the phenomenon of platformization. In this article, we carry out a case study of the platform Academia.edu in order to discuss how researchers manage their visibility and online persona based on the dynamics of publication, metrication and circulation of scientific production on this academic social network. We propose to view this complex of academic data as “metric assemblages” (Burrows 2012) and thus highlight how various measurement technologies converge to evaluate performance and guide professional behavior. In addition to a theoretical revision of the issue, we conducted a qualitative study based on semi-structured interviews with Brazilian researchers who use the platform. These conversations guide a debate on the practices associated with Academia.edu and the regimes of visibility driven by this commercial platform.

Keywords: Academia.edu; Digital Platforms; Metrics; Scientific Production; Circulation of Scientific Production.

^a Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil.

* Correspondência para/Correspondence to: Isabela Crispim Brito Furtado. E-mail: isabelacbfurtado@gmail.com.

Recebido em/Received: 30/04/2024; Aprovado em/Approved: 22/07/2024.

Artigo publicado em acesso aberto sob licença [CC BY 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

INTRODUÇÃO

A vida social é enredada por métricas que nos guiam, classificam, autorizam ou excluem. O meio acadêmico não é uma exceção. Ao longo de uma trajetória universitária, além de processos seletivos e de avaliações, o acesso a bolsas e a financiamentos também depende da metrificação do desempenho do/a pesquisador/a. As avaliações não dependem apenas da quantidade de trabalhos, mas sobretudo de onde eles foram publicados e do quanto cada trabalho foi citado.¹ Alcançar índices relevantes em publicações bem qualificadas depende de que elas sejam vistas, lidas e incorporadas por outros trabalhos.

Na atualidade, diferentes plataformas disputam espaço e complexificam o modo como as produções científicas circulam. Os repositórios institucionais, por exemplo, são parte das bibliotecas digitais das próprias universidades e reúnem, sobretudo, dissertações e teses de discentes (Plantin e Thomer 2023). Artigos acadêmicos publicados em periódicos são compilados em outras plataformas, como a *Scientific Electronic Library Online* (SciELO), uma biblioteca eletrônica composta por uma seleção de periódicos científicos brasileiros e outras quinze nacionalidades. Outra referência importante é o Google Scholar, uma ferramenta que agrega publicações e busca mensurar os impactos de cada publicação e do/a pesquisador/a através do índice h. Outras plataformas digitais, incluindo as de mídias sociais (X/Twitter, por exemplo), amplificam essa rede de circulação.

Algumas plataformas – por vezes identificadas como sites de rede social acadêmica (*academic social networking site*, em inglês, ou ASNS) ou ainda como *academic social networking* (ASN), conforme Jordan (2019) – se destacam por combinarem recursos voltados para divulgação e mensuração da produção científica e lógicas de relacionamento e de monetização típicas das mídias sociais e de outras plataformas comerciais. Um exemplo é a Academia.edu, uma plataforma criada em 2008 como uma *startup* e que ultrapassou 260 milhões de usuários registrados em 2024.²

Para acessar a Academia.edu, o usuário é convidado a criar um perfil no qual é possível especificar sua posição acadêmica e sua vinculação institucional. Na página inicial, um *feed* organiza as postagens não apenas dos perfis seguidos pelo usuário,

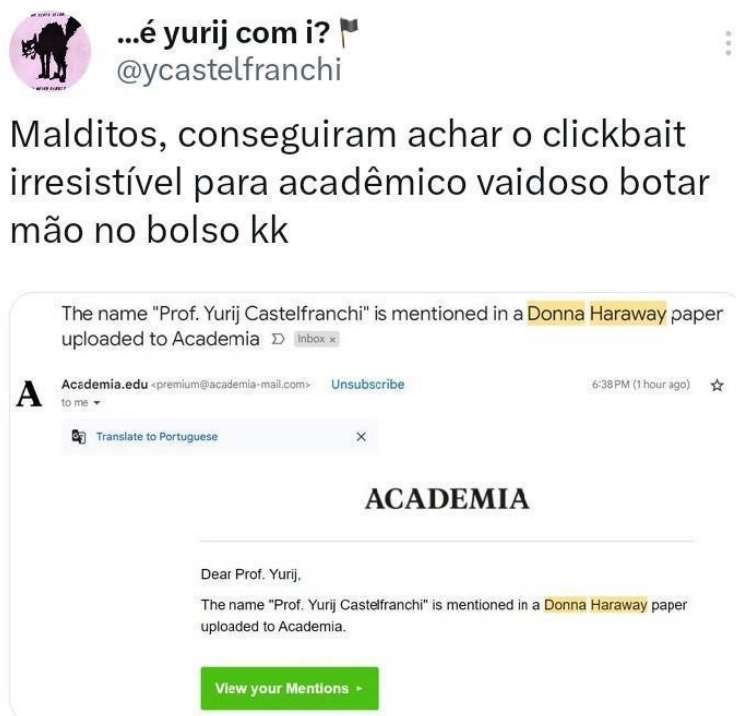
¹ No Brasil, o prestígio de um periódico é medido principalmente pelo Qualis Periódicos, um sistema de classificação baseado em índices bibliométricos de citações feitas aos artigos publicados em cada periódico. O Qualis Referência 1 (QR1) – adotado pelo agrupamento das Ciências Humanas (ou Colégio de Humanidades) da CAPES – é definido exclusivamente pelo índice h5 fornecido pela base Google Scholar. O cálculo do h5 funciona assim: se um periódico tem um h5 igual a 3, isso significa que pelo menos 3 de seus artigos foram citados pelo menos 3 vezes cada um deles nos últimos 5 anos. Assim, mesmo que um dos artigos publicados tenha 10 citações, o índice h5 não alcança a marca “10” enquanto não houver essa correspondência equiparada (10 artigos com 10 citações cada). Adotado pelo Colégio de Ciências Exatas, Tecnológicas e Multidisciplinar e pelo Colégio de Ciências da Vida da CAPES, o Qualis Referência 2 (QR2) considera prioritariamente as métricas Journal Citation Reports, ou JCR (base: Web of Science) e CiteScore (base: Scopus). A metrificação da produção de pesquisadores/as segue lógica parecida à do índice h5, porém não são considerados apenas os últimos cinco anos, mas sim todo o período de sua carreira. O indicador neste caso é nomeado índice h.

² Disponível em: <https://www.academia.edu/about>. Acesso em: 03 jul. 2024.

mas também de recomendações feitas pela plataforma. O foco das postagens são arquivos de texto que podem ser baixados (*download*) ou visualizados no próprio ambiente do *site*. Nas suas versões mais recentes, os arquivos de texto de uma produção acadêmica podem ser acompanhados de textos curtos e imagens. Artigos de periódicos científicos, livros, entrevistas, teses, apresentações em eventos, resenhas de livros e programas de ensino são alguns dos tipos de publicações encontradas na plataforma, que pode ser acessada pelo *site* e no formato de aplicativo para aparelhos móveis.

Para além de atuar como um repositório, a Academia.edu busca mensurar o impacto da produção científica de seus usuários, por exemplo através da identificação de citações dos artigos publicados na própria plataforma. As citações são notificadas por e-mail, porém as informações detalhadas sobre em qual texto em que a ocorrência foi detectada só são acessíveis para quem paga pelo serviço *premium*. Essas notificações geram curiosidade e instigam os usuários a assinarem os recursos da versão paga, como comentado por um pesquisador ao reproduzir, no X/Twitter, parte de uma mensagem que informa que seu nome foi mencionado em um artigo postado na Academia.edu (Figura 1). Informações específicas sobre a vinculação institucional (universidade e posição acadêmica) de quem acessou seu perfil e sobre as citações recebidas pelos artigos do usuário não são acessíveis a todos, isto é, são exclusivas para assinantes *premium*, que pagam, atualmente, cerca de 220 reais por ano.

Figura 1. Post de @ycastelfranchi em 15 de março de 2024 na plataforma X/Twitter.



Fonte: Acervo pessoal.

Nesse cenário, argumentamos que a crescente plataformização, isto é, o entrelaçamento entre as plataformas digitais e o modelo econômico e infraestrutural

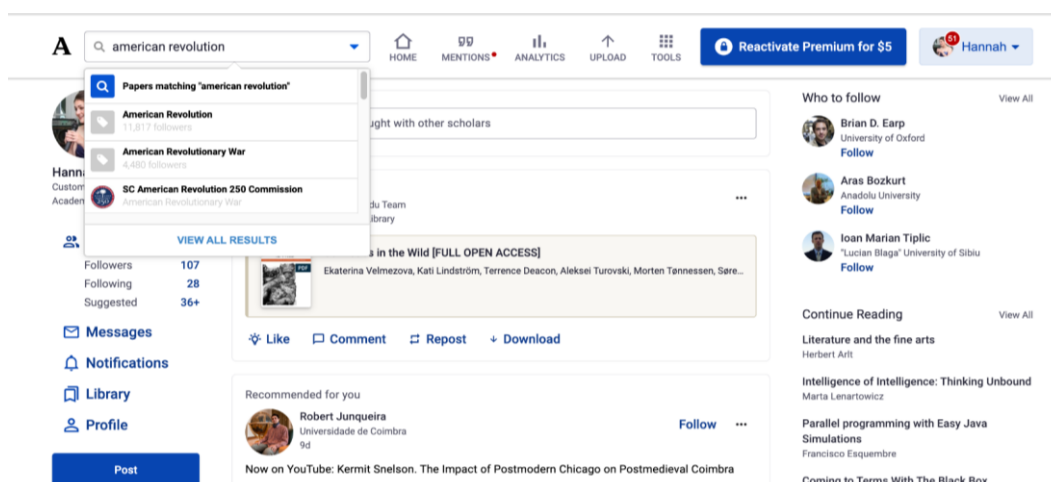
na web (Helmond 2019) e metrificação, sistemas que oferecem os mecanismos para a competição no capitalismo (Beer 2016), contribuem para a constituição de regimes específicos de visibilidade. Esse cenário modifica as lógicas e dinâmicas das produções científicas não apenas porque torna determinadas pesquisas, pesquisadores/as e/ou temas menos ou mais evidentes, mas principalmente pelo modo como transforma os modos de produzir e validar conhecimentos na contemporaneidade. Roger Burrows (2012) afirma que as métricas não garantem apenas o cumprimento de responsabilidades em auditorias e avaliações acadêmicas, mas ganham cada vez mais autonomia como conjuntos de dados que buscam imitar e, efetivamente, criar mercados. Identifica-se assim a emergência de “assembleias métricas”³, um complexo conjunto de medidas que performam e conformam, de maneira cada vez mais intensa, a vida acadêmica (Burrows 2012).

Considerando as condições e as práticas de publicação, metrificação e circulação da produção científica na Academia.edu, o presente estudo tem como objetivo discutir, a partir de uma pesquisa empírica, como pesquisadoras/es gerenciam sua visibilidade e sua persona online nessa plataforma. Realizamos um estudo qualitativo baseado em entrevistas semiestruturadas, partindo do interesse em conhecer as práticas de pesquisadores/as na Academia.edu e reconhecer como as estratégias computacionais e comerciais da plataforma são apropriadas por eles/as. Assim, buscamos entender melhor como percebem suas práticas nesse ambiente, quais mecanismos adotam, quais recursos são subvertidos e de que maneira atuam para alcançar seus interesses.

Acessível por aplicativo ou pelo navegador (Figura 2), o Academia.edu reúne recursos como busca interna, upload de arquivos e uma seção com métricas do perfil, entre as quais estão as visualizações de um perfil por outros usuários da plataforma, o número de seguidores, de downloads de publicações e de reações (curtidas e comentários) nas postagens. Como em outras mídias sociais, sua interface organiza, através de recomendações algorítmicas, as postagens de perfis seguidos e recomendados, gerando frequentes notificações sobre as interações (quando o perfil da/o pesquisador/a foi visitado, por exemplo) e sugestões de textos que podem ser de interesse. Além disso, os usuários podem se comunicar uns com os outros na seção de mensagens, que funciona como um *chat*.

³ O termo original é “*metric assemblages*”, que poderia ser traduzido de outras formas, mas aqui optamos pelo termo *assembléia* por ser mais próximo da grafia original e abarcar a ideia do encontro ou reunião de múltiplos atores.

Figura 2. Página inicial do site Academia.edu em 2024.



Fonte: Academia.edu (2024a).

A missão da Academia.edu é, segundo seu site, “acelerar a pesquisa mundial”⁴ e uma de suas maiores propagandas é de que a plataforma ajuda a dar visibilidade para as pesquisas. Em 2016, um estudo publicado pelo criador da plataforma e outros colaboradores afirmava que artigos enviados para a Academia receberam um aumento de 69% nas citações em 5 anos (Niyazov *et al.* 2016). Nesse sentido, há um destaque quantitativo ao modo como o usuário atinge visibilidade e popularidade na plataforma com “métricas de vaidade” que não apenas medem, mas encorajam a exibição desses números como indicadores de o “quão bem alguém está indo online” (Rogers 2019).

O site Academia.edu não é o único, nem o primeiro, que se propõe como uma mídia social para fins acadêmicos. Ao classificarem as plataformas digitais científicas, Victo José da Silva Neto e Tulio Chiarini (2023) incorporam uma divisão geral a partir de três subsistemas sociais: Ciência (a exemplo das comunidades científicas no caso de plataformas de ciência cidadã), Estado (como o papel da administração pública no desenvolvimento de portfólios eletrônicos, sendo a plataforma Lattes um exemplo emblemático) e Mercado (que tem o setor privado como um dos principais atores). No subgrupo do Mercado, um dos destaques são as redes sociais acadêmicas (ASN, na sigla em inglês) que são mantidas por empresas e *startups* de tecnologia e comumente financiadas por capital de risco.

Além da Academia.edu, outras duas plataformas bastante populares se encaixam no perfil de uma ASN. Uma delas é o ResearchGate, que também possui métricas próprias de engajamento e pode ser considerada a mais parecida com a Academia.edu. E a outra é a Mendeley, uma plataforma que foi comprada pela Elsevier (uma das maiores editoras do mundo no ramo de publicações científicas) em 2013. Vale dizer que, nesse mesmo ano da compra da Mendeley, a Elsevier entrou em conflito com a Academia.edu devido à questões de direitos autorais de trabalhos publicados no site.⁵ A Mendeley é, provavelmente, a menos popular das três e a menos parecida

⁴ Disponível em: <https://www.academia.edu/about>. Acesso em: 07 mar. 2024.

⁵ A Elsevier exigiu a retirada de artigos da plataforma Academia.edu que, por sua vez, enviou um e-mail aos usuários pedindo apoio na assinatura de uma petição. Assinada por mais de 20

com as demais, sendo melhor caracterizada pelas suas ferramentas bibliográficas (armazenamento e compartilhamento da produção acadêmica) e uma incorporação mais recente de algumas funcionalidades de redes sociais (Jordan 2019).

O Google Scholar, uma ferramenta de agregação e busca de produções acadêmicas, é outra referência importante. Esse agregador de publicações permite que pesquisadores/as criem perfis e alertas de monitoramento de pesquisa (dos quais são notificados por e-mail), oferecendo recomendações de artigos para os usuários. A ferramenta é amplamente utilizada para consultar o índice h de um/a pesquisador/a e o índice h5 (que corresponde especificamente às citações dos últimos cinco anos) de uma publicação. Em última instância, essa infraestrutura acadêmica da Google mensura os impactos de pesquisadores/as, assim como o de periódicos, através de um indicador que é central para a comunidade acadêmica brasileira (Thomaz, Assad e Moreira 2011).

O presente estudo está organizado da seguinte forma: no próximo tópico, discutimos o poder das métricas (Beer 2016) e suas implicações no campo acadêmico destacando as noções de “persona acadêmica *online*” (Marshall, Barbour, Moore 2017) e “assembleias métricas” (Burrows 2012). No tópico seguinte, incorporamos a tarefa de ouvir, em entrevistas semiestruturadas, sobre a experiência de três pesquisadores brasileiros que utilizam a plataforma. Nas considerações finais, discutimos o que as práticas e percepções narradas pela/os entrevistada/os revelam sobre os modos de gestão da visibilidade e de *personas online* em um contexto científico permeado por métricas e por plataformas como o Academia.edu.

DESENVOLVIMENTO

Métricas são produzidas para as mais diversas finalidades e são utilizadas como parâmetro para o desenvolvimento de projetos, atividades e outras ações. Elas balizam a expectativa de metas e objetivos a serem alcançados, assim como são ferramentas para entender um processo histórico e suas transformações, ou ainda para avaliar o presente. David Beer (2016) ressalta o poder das métricas ao discutir a relação entre medição, circulação e possibilidades. Segundo o autor, métricas são meios pelos quais os dados podem ser usados para determinar valor e alimentar mecanismos de competição típicos do modelo neoliberal. Assim, estão inscritas em complexas dinâmicas políticas e culturais, carregando promessas e imaginários sobre o futuro, sobre o que é visto como possível e almejavável, assim sobre aquilo que não o é.

Para operar como tal, as métricas são inscritas sob uma contradição: devem carregar similaridades o bastante para tornarem possível a medição, mas serem diferentes o suficiente para serem comparáveis (Beer 2016). Parte importante da sua efetividade está relacionada à maneira como circulam, processo notadamente intensificado pela forte presença de tecnologias como *smartphones*, que geram, de forma cada vez mais contínua, dados de nossa experiência cotidiana, e do *Big Data*, que

mil pessoas, o site da petição pode ser visualizado em: <http://thecostofknowledge.com/>. Acesso em: 07 mar. 2024.

são infraestruturas que agregam grandes conjuntos de dados. Desse modo, as métricas estão profundamente relacionadas com o fenômeno da plataformização (Helmond 2019) que produz um forte imbricamento entre a vida cotidiana e as mídias digitais.

O poder métrico discutido por Beer (2016) tem inflexões específicas no contexto acadêmico. Zeena Feldman e Marisol Sandoval (2018) se valem dessa noção para sublinhar a estreita relação entre o neoliberalismo e os ataques à educação superior no contexto da Inglaterra. A crítica elaborada pelas autoras reconhece a universidade reconfigurada como uma empresa que “restringe tanto a legitimidade como a disponibilidade de espaços para pensamento não orientados para formas quantificáveis de compreensão” (Feldman e Sandoval 2018, p. 216, *tradução nossa*).⁶ Outras autoras, como Deborah Lupton, Inger Mewburn e Pat Thomson (2017), discutem sobre como as tecnologias, de uma maneira mais ampla, são aderidas ou recusadas no trabalho acadêmico, buscando identificar as implicações e os contextos sociais, culturais e políticos dessas atitudes. Os ambientes de aprendizagem *online*, o acesso aberto, a circulação de publicações acadêmicas em plataformas digitais e o uso de redes sociais por acadêmicos são alguns dos temas trabalhados no livro organizado pelas autoras.

Assinado por Philip Marshall, Kim Barbour e Christopher Moore (2017), um dos capítulos tem como ponto central a noção de “persona acadêmica *online*”, que é marcada por diversas nuances em torno da constituição de uma identidade pública de um/a pesquisador/a na internet. Os autores percebem que “[a] infiltração, importação e colonização do local de trabalho pelas redes sociais, tecnologias móveis e métricas de dados representa uma mudança e uma intensificação, em vez de uma ruptura, com experiências anteriores do trabalho acadêmico” (Marshall, Barbour e Moore 2017, p. 50, *tradução nossa*).⁷ Nesse sentido, os ambientes digitais muitas vezes reforçam e retroalimentam dinâmicas de produtividade acadêmica, acentuando os desafios do trabalho científico sem necessariamente transformá-lo.

Através de uma ampla revisão bibliográfica, a pesquisadora Katy Jordan (2018) afirma que o tema das métricas é o mais prevalente na literatura relacionada às redes sociais acadêmicas. Além disso, a autora reconhece que essas métricas reproduzem os indicadores já consolidados institucionalmente, como citações no Scopus e o índice h, mas “oferecem formas potencialmente novas de medir o impacto” (Jordan 2018, p. 6, *tradução nossa*).⁸ O ResearchGate, por exemplo, exhibe para o usuário cadastrado seu índice h no próprio perfil.⁹ Nessa condição indicada por Jordan (2018), há uma contradição entre a possibilidade de ampliação da visibilidade proporcionada pelas

⁶ Do original: With the university thus reconfigured as a business, this narrows both the legitimacy and availability of spaces for thought not aimed at quantifiable forms of understanding.

⁷ Do original: The infiltration, importation and colonization of the workplace by social media, mobile technologies and data metrics represents a shift, and intensification, rather than a break with past experiences of scholarly labor.

⁸ Do original: offer potentially novel ways of measuring impact.

⁹ Disponível em: <https://help.researchgate.net/hc/en-us/articles/14295647367697-h-index>. Acesso em: 03 jul. 2024.

ASN e a perpetuação de velhos problemas com métricas que reforçam enviesamentos presentes no contexto tradicional e institucional.

O desconforto com a pressão de ser notado e ser visível, um tema fortemente presente no campo acadêmico muito antes da internet, se estende e incide, de uma maneira mais ampla, à forma como construímos nossas identidades nos ambientes *online*. Para Marshall, Barbour e Moore (2017, p. 50), parte significativa desse incômodo reside na transformação cultural que envolve produzir uma versão pública de nós mesmos para estar relativamente disponível para qualquer pessoa a qualquer momento.

As métricas e os ambientes digitais são preponderantes no modo como pesquisadores/as gerenciam sua visibilidade e a relevância que pode vir a alcançar. Falando do ponto de vista da América Latina, Thaiane Oliveira et al. (2022) afirmam que a baixa visibilidade das pesquisas dessa região do globo está fortemente relacionada com a maneira como as métricas são produzidas. Oriundas, sobretudo de países euroamericanos, as métricas reforçam “as assimetrias de circulação científica” e fortalecem “quem domina os circuitos de produção científica e tecnológica” (Oliveira et al. 2022, p. 13, tradução nossa).¹⁰ Desse modo, criar métricas alternativas (*altmetrics*, em inglês) depende também de reconhecer os contextos de produção científica que, no trabalho desses autores, é demarcado pelo termo *latmetrics*, ou seja, métricas pensadas a partir do contexto latino-americano.

A revisão bibliográfica apresentada acima nos ajuda a compreender as “assembleias métricas” que conformam a vida acadêmica (Burrows 2012) e são constituídas nos enredamentos entre plataformas, algoritmos, métricas, universidades, empresas e pesquisadores/as que, em conjunto, operam as transformações no modo como o conhecimento e a produção científica podem circular. O próximo passo é trazer para o foco uma contextualização do desenvolvimento da rede social acadêmica que investigamos na pesquisa.

Academia.edu: entre a promessa de acesso aberto e o capital de risco

A plataforma Academia.edu foi lançada em 2008, pelo empresário Richard Price, com o financiamento liderado por uma empresa de capital de risco britânica. Price havia finalizado seu doutorado em Filosofia na Universidade Oxford e já tinha uma trajetória no empreendedorismo, além de já ter desenvolvido um aplicativo para o Facebook que permitia os usuários avaliarem as fotos de seus amigos na rede.¹¹ A URL www.academia.edu já estava registrada desde 1999, dois anos antes de os Estados Unidos restringirem a designação “.edu” a instituições de ensino superior credenciadas (Duffy e Pooley 2017).

Nasceu assim uma nova *startup* sediada em São Francisco, focada em desenvolver uma plataforma para acadêmicos. Esse interesse, segundo o criador,

¹⁰ Do original: reforzando las asimetrías de circulación científica y fortaleciendo a quienes dominan los circuitos de producción científica y tecnológica.

¹¹ Trata-se do aplicativo PeopleRadar, que foi o mais acessado no Facebook por nove meses. Disponível em: <https://www.inc.com/srikumar-rao/richard-price-academia-edu-users.html>. Acesso em: 03 jul. 2024.

partiu de uma insatisfação com “a disparidade entre o dinamismo da *web* e o sistema de comunicação e publicação acadêmica”.¹² O primeiro recurso lançado pela plataforma foi a inserção de uma “árvore” genealógica acadêmica com as relações entre universidades, departamentos, professores, pós-doutorandos e alunos de pós-graduação.¹³ Nela, os usuários poderiam se inserir, assim como registrar outros acadêmicos. A possibilidade de publicar artigos existe pelo menos desde 2011, quando mais de dois mil artigos eram publicados por dia no *site*.¹⁴

O primeiro financiamento da plataforma aconteceu em 2008, em uma rodada de investimentos que levantou 600 mil dólares. Seguindo a tendência, novas rodadas garantiram novos milhões ao decorrer dos últimos anos e, em 2022, mais de vinte milhões foram arrecadados em uma rodada liderada pela Tencent, uma das maiores empresas de tecnologia do mundo. Com 48 milhões de documentos publicados na plataforma, os responsáveis pela Academia.edu estimam que, em 2022, mais de 32% da produção acadêmica global já estivesse presente em suas bases.¹⁵

Ao longo dos anos, têm sido frequentes as tensões em torno dos esforços da Academia.edu para “conciliar” seus interesses comerciais com práticas “inovadoras” de publicação. Em 2016, a hashtag #DeleteAcademiaEdu aglutinou uma série de debates, sobretudo no Twitter, sobre a responsabilidade algorítmica e a transparência da plataforma em relação aos metadados de pesquisadores cadastrados (Plantin 2016). Já em 2020 a empresa lançou o “experimento” *Academia Letters*, que propôs um processo de revisão de pares para artigos curtos. Informações pouco claras sobre os custos envolvidos para publicação, inconsistências nas políticas editoriais e ausência de um conselho editorial foram alguns dos motivos das críticas recebidas pelo projeto, que foi encerrado dois anos depois (Yamada e Teixeira da Silva 2023).

As métricas oferecidas pela plataforma estão reunidas, em sua maioria, na aba *Analytics*, que foi adicionada em 2012 na interface do *site*. Ao longo de mais de dez anos, o recurso passou por diversas transformações, ainda que tenha conservado muito da sua essência. A aba é subdividida em outras oito seções: visão geral (*Overview*), visitantes do perfil (*Profile Visitors*), impacto (*Impact*), publicações (*Papers*), currículo (*CV*), países (*Countries*), palavras-chave (*Keywords*) e links externos (*External links*).

A visão geral é apresentada a partir de um gráfico (*Traffic Overview*) que informa os números de visualizações do perfil e dos trabalhos publicados, bem como a quantidade de usuários únicos que acessaram seu perfil ou algum trabalho. O gráfico principal pode ser visualizado em duas escalas temporais: últimos 30 ou 60 dias (Figura

¹² Do original: The disparity between the dynamism of the web as a whole and the system of academic communication and publishing was very apparent to me. Disponível em: <https://www.scientificamerican.com/blog/information-culture/interview-with-richard-price-academia-edu-ceo/>. Acesso em: 03 jul. 2024.

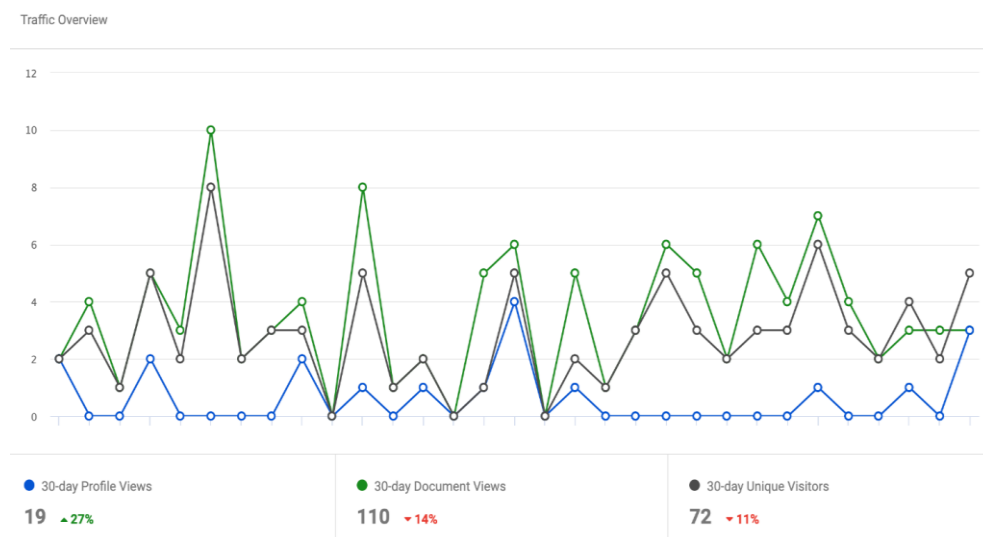
¹³ Disponível em: <http://arstechnica.com/uncategorized/2008/09/academia-edu-traces-academic-family-tree-facebook-style/>. Acesso em: 03 jul. 2024.

¹⁴ Disponível em: <https://techcrunch.com/2011/11/30/academia-edu-raises-4-5-million-to-help-researchers-share-their-scholarly-papers/>. Acesso em: 03 jul. 2024.

¹⁵ O número de documentos publicados pode ser encontrado na seção “About” do *site*. A estimativa de 32% foi publicada em: <https://www.prnewswire.com/news-releases/academiaedu-grows-to-175-million-users-while-gathering-32-of-the-worlds-research-papers-301488028.html>. Acesso em: 03 jul. 2024.

3) e é seguido de uma lista de informações (*User Activity*) sobre qual conteúdo foi acessado. Nela é possível saber a data e horário do acesso, a localização do usuário (cidade, estado e país) e a origem do acesso (através de um link externo, por dentro da própria plataforma ou através de um buscador como o Google). Na versão paga é possível saber a posição acadêmica do usuário (graduando, pós-graduando, professor adjunto, etc), a universidade com a qual está vinculado e, até mesmo, o número de “páginas lidas”.

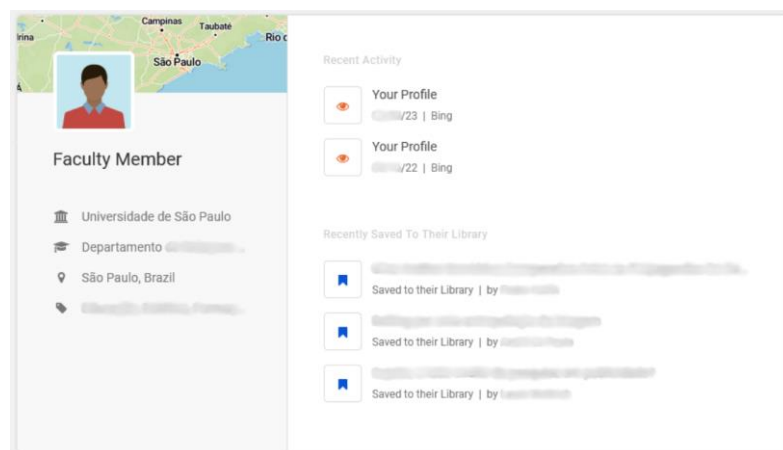
Figura 3. Painel *Traffic Overview* em 2024.



Fonte: Academia.edu (2024b).

Na seção “*Profile Visitors*” da aba *Analytics*, disponível apenas para contas *premium*, há uma lista de usuários que visitaram seu perfil e uma lista dos últimos trabalhos salvos em suas bibliotecas pessoais. O nome do visitante não é revelado, mas há informações de filiação e ocupação institucional, cidade e interesses de pesquisa (Figura 4).

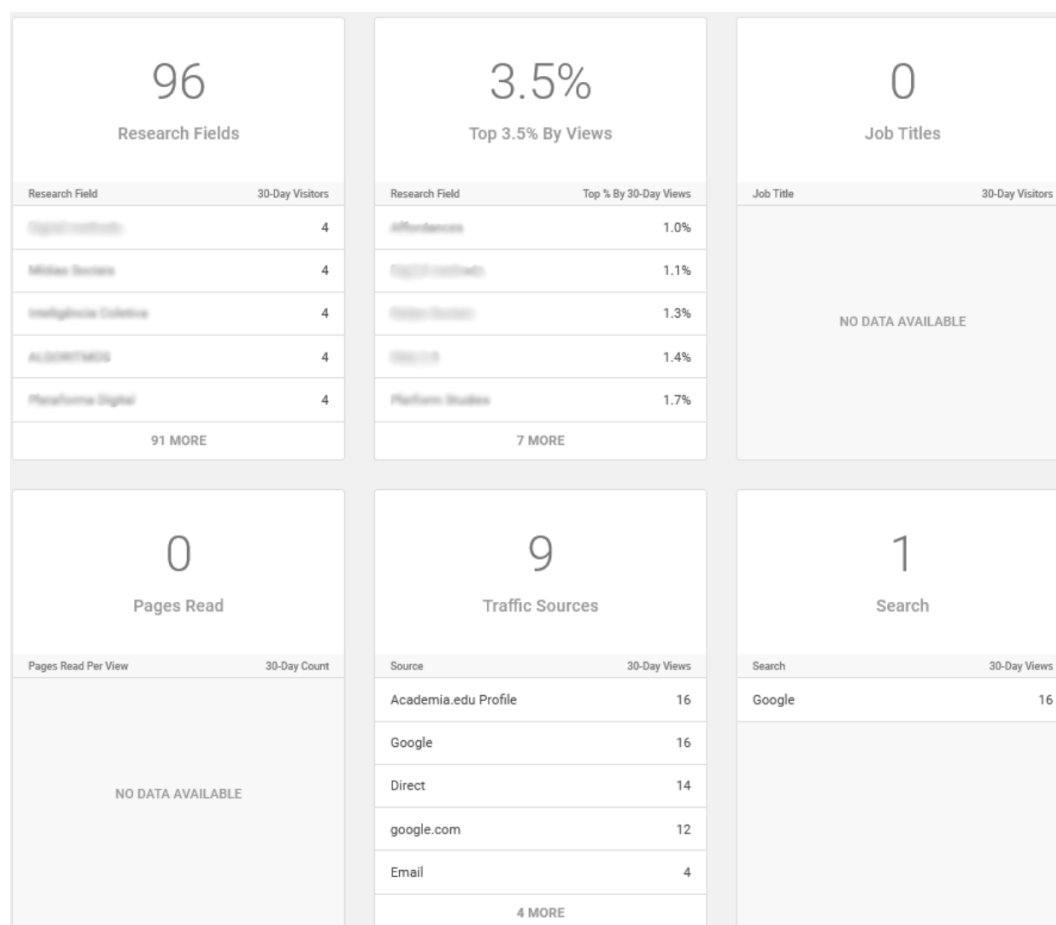
Figura 4. Exemplo de um *Profile Visitor* na Academia.edu em 2024.



Fonte: Autoria própria.

Já a seção “Impact”, disponível para todos os usuários, reúne uma série de dados, como o número de *downloads* de suas publicações, de usuários que já visitaram pelo menos uma vez o perfil e de visualizações totais. É possível acessar outras informações, como as universidades às quais os visitantes estão associados, além dos campos/áreas de pesquisa, o percentual por visualizações (*Top % By Views*), as ocupações acadêmicas, o número de “páginas lidas” e o modo de acesso à respectiva publicação (através de uma busca, por exemplo). Outras formas de visualização mais detalhadas são só possíveis na versão paga, que informa, na seção “Papers” da aba *Analytics* uma listagem dos artigos, onde cada publicação tem um *link* associado ao seu “Impact” (Figura 5).

Figura 5. Alguns dos dados informados na seção *Impact* de uma publicação na Academia.edu.



Fonte: Autoria própria.

Em resumo, a visualização da interface é a mesma para todos os usuários, mas a versão gratuita oculta informações específicas sobre os trabalhos que citaram uma publicação do seu perfil e sobre as visualizações do conteúdo publicado. Desse modo, o usuário que não paga pelos recursos é sempre instigado pela curiosidade de saber exatamente quem viu ou citou seu trabalho, quando e quantas páginas foram acessadas. Além disso, os mecanismos de pesquisa também são afetados por essa condição, uma vez que o plano *premium* permite detalhar filtros e alertas que não estão disponíveis no gratuito.

As diferentes informações e métricas disponíveis na plataforma podem ser consideradas opacas não apenas pelas limitações da versão gratuita, mas também pela própria maneira que são exibidas. Essa percepção se confirma nas experiências de entrevistados que já assinaram os recursos pagos. Assim, conhecer o modelo de negócios da plataforma é importante para considerarmos dimensões que não estão explicitadas na interface da Academia.edu. A seguir, apresentamos a análise das entrevistas realizadas para esse estudo.

Metodologia e análise das entrevistas

A escolha do objeto empírico e da metodologia deste estudo dialoga com as tendências e lacunas apontadas por pesquisas anteriores. O trabalho de José Luis Ortega (2015), que classificou mais de 6 mil perfis em sites de mídias sociais para fins acadêmicos, identifica uma forte tendência de adesão por parte pesquisadores/as das ciências humanas e sociais à plataforma Academia.edu, enquanto o ResearchGate foi identificado como mais popular entre os/as biólogos/as. Uma tendência que é confirmada na densa revisão conduzida por Jordan (2019).

Outro trabalho revisional, conduzido por Stefania Manca (2018), analisou 39 estudos empíricos que envolviam ao menos uma dessas duas mídias sociais acadêmicas e identificou que o ResearchGate tem sido mais estudado do que a Academia.edu. Enquanto um campo de discussão ainda bastante fragmentado, a autora chama a atenção para a importância de pesquisadores/as desenvolverem estudos que discutam sobre como acadêmicos experienciam essas plataformas, isto é, pesquisas que invistam nas práticas individuais e coletivas nesses ambientes, pois boa parte dos estudos analisados por Manca (2018) estão mais interessados nos impactos das métricas e seus efeitos do que nas práticas relacionadas a elas. Além disso, são, em sua maioria, trabalhos baseados em métodos quantitativos estatísticos e/ou fortemente orientados por perspectivas teóricas sem, necessariamente, contar com uma pesquisa empírica. Um ponto ainda menos explorado pelos artigos analisados diz respeito à própria maneira que a comunidade acadêmica se relaciona com o nível socioeconômico da plataforma, isto é, os aspectos relacionados à propriedade, à governança e ao seu modelo de negócios (Manca 2018).

A partir da realização de entrevistas com pesquisadores/as, produzimos um estudo qualitativo para conhecer as suas práticas na Academia.edu e buscar identificar como os recursos da plataforma são utilizados por eles, assim como as subversões e recusas a determinadas funcionalidades oferecidas nesse ambiente digital. Nessas interlocuções, com o apoio de um roteiro semiestruturado, conversamos sobre as formas que eles atuam para alcançar seus interesses. No presente estudo, consideramos três entrevistas realizadas que trouxeram, cada uma a seu modo, aspectos relevantes para o debate aqui empreendido.

As interlocuções foram com dois professores e uma professora que atuam em cursos de graduação e de pós-graduação da área de Comunicação Social. Eles foram selecionados a partir de convites por e-mail com informações sobre o escopo do estudo e seus aspectos éticos, destacando o caráter voluntário da participação. Os interlocutores que participaram da pesquisa estão vinculados a diferentes

universidades públicas ou privadas localizadas em três diferentes estados das regiões Sudeste e Centro Oeste do país. Destacamos que há uma grande diversidade de experiências no Brasil que poderia ser melhor mapeada em outros trabalhos e pesquisas de maior amplitude. Ao considerarmos um estudo qualitativo, optamos por investir em um grupo menor de entrevistas buscando se aprofundar nas práticas dos entrevistados.

Ainda que carreguem essa similitude, suas trajetórias acadêmicas e interesses de pesquisa são bastante diversos. Para ocultar a identidade das pessoas entrevistadas, vamos utilizar os nomes fictícios Fábio, André e Sandra. Fábio é o interlocutor que alcança números mais expressivos na rede: ele possui cerca de 900 seguidores e seu perfil já recebeu mais de 30 mil visualizações. O número de seguidores de André e Sandra é bem próximo, compreendendo a faixa de 250-350 usuários, sendo que o pesquisador acumula mais de 14 mil visualizações e a pesquisadora, cerca de 2500.¹⁶ Os primeiros contatos com a Academia.edu variaram nas experiências, entre os anos de 2015 e 2019, sendo que Fábio e André destacam que conheceram a plataforma durante períodos em que estavam fora do país como pesquisadores bolsistas em universidades da Europa.¹⁷

Para a realização das interlocuções, elaboramos um roteiro semiestruturado e a duração das entrevistas variou entre quarenta minutos e pouco mais de uma hora, sendo realizadas de maneira remota. Todas elas foram gravadas e transcritas integralmente. As informações transcritas foram sistematizadas em uma tabela dividida em dez categorias: **perfil** (trajetória acadêmica, ocupação profissional e interesses de pesquisa); **primeiros contatos** com a plataforma (quando e de que maneira se deu essa aproximação); **plataformas similares** (que considera parecidas ou que também utiliza para a divulgação de seu trabalho); **uso** (frequência de acesso, hábitos, dinâmicas, experiências, percepções, críticas); **e-mails** (se recebe e-mails da plataforma, com que frequência, qual o seu conteúdo e se costuma acessá-los); **premium** (se já assinou os recursos da versão paga, se tem ou não interesse e como foi a experiência, no caso de interlocutores que já assinaram); **métricas** (se costuma acompanhá-las, o que pensa sobre elas, se considera que há algum tipo de impacto na maneira como percebe sua própria produção a partir desses indicadores); **circulação do conhecimento** (se, a partir da plataformização, percebe transformações na forma de fazer ciência e produzir conhecimento acadêmico); **mudanças** (percepções sobre as transformações da própria plataforma e sobre aquilo que gostaria que fosse modificado na experiência do usuário); **destaques** (trechos que foram marcantes nas entrevistas e/ou não foram contemplados nas categorias anteriores).

A questão da visibilidade é, sem dúvida, um dos temas mais abordados nas entrevistas. A aproximação dos interlocutores com a plataforma se deu pelo interesse em encontrar outros trabalhos, assim como tornar as suas próprias publicações mais visíveis. Essa dimensão fica nítida se considerarmos que todos eles ressaltaram como a plataforma trouxe visibilidade para textos que anteriormente pareciam não alcançar certos públicos. Dentre os vários exemplos trazidos nas conversas, estão textos que não foram publicados em periódicos, por se tratarem de outro estilo de escrita e ter finalidades diversas da produção acadêmica. É também o caso de trabalhos mais densos, como dissertações e teses que eventualmente não estão disponíveis no

¹⁶ Dados coletados no dia 24 de abril de 2024.

¹⁷ Os entrevistados assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

repositório das respectivas universidades. É o caso da dissertação de Sandra, que está disponível apenas no formato físico na biblioteca da instituição onde realizou seu mestrado. Além disso, André ressaltou que o espaço da plataforma permitiu disponibilizar artigos que foram publicados em periódicos já extintos. Antes de conhecer o site, ele cogitava criar uma página, com domínio próprio, para organizar suas publicações. Desse modo, a descoberta da plataforma supriu essa necessidade. Ainda que ele reconheça que um domínio próprio lhe daria mais controle sobre essas publicações, a plataforma permite inseri-las em uma dinâmica de maior visibilidade. Não foram mencionadas, no entanto, tentativas de compartilhar no Academia.edu arquivos publicados em periódicos com acesso pago.

Nessa conversa, em específico, há uma forte ênfase na percepção de que plataformas como a Academia.edu funcionam como um “acervo”, um “*backup*” da produção do/a pesquisador/a, inclusive em situações em que o site de uma publicação original está “fora do ar”, de maneira temporária ou permanente. Dessa forma, esses ambientes tornam possível que pesquisas mais antigas se mantenham acessíveis. Nas palavras de André, isso “mantém essas pesquisas vivas”. De maneira similar, a entrevistada Sandra afirma que com o tempo passou a entender a Academia.edu não como um simples “organizador” de trabalhos, mas sim como “um lugar de visibilidade e de descoberta de conteúdo de pesquisadores afins” cuja lógica é regida por interesses comerciais.

Um outro aspecto em comum nas três conversas é que em outras mídias sociais (sendo o Instagram a mais acessada por eles no cotidiano) o trabalho acadêmico está longe de ser central. Em alguns casos, fazem divulgações pontuais nessa plataforma da Meta, mas, em geral, trata-se de um espaço voltado para a vida pessoal. Se tratando do trabalho acadêmico, a Academia.edu ocupa um lugar significativo. Apenas o interlocutor André afirmou utilizar mais outra plataforma para fins acadêmicos, o ResearchGate. Todos eles demonstraram uma preocupação em atualizar suas publicações nesses ambientes em que possuem cadastro. Além dos acessos para postar novos trabalhos, outras visitas à plataforma se dão quinzenal ou mensalmente.

As interações através de mensagens na Academia.edu são consideradas raras, mas algumas ocorrências são mencionadas pelos entrevistados. Outra prática que coincide é a de buscar o perfil de um pesquisador ou pesquisadora que conheceu fora do espaço da plataforma para, então, acompanhar suas postagens. O caminho inverso, de encontrar pesquisadores/as que os interessam através de recomendações da plataforma, é relatado como inabitual. Nesse ponto, na entrevista de Fábio é ressaltado que “a plataforma é mais para você conhecer e não tanto para se aproximar”. Ele considera a Academia.edu um bom espaço para pedir o e-mail de um pesquisador ou pesquisadora do qual busca se aproximar, por exemplo. Sobre o uso mais efetivo de outros recursos, como a discussão em torno de *pre-prints*, Fábio aponta que “podia dar mais *match*, tem pouco *match* lá”.¹⁸

¹⁸ O entrevistado faz alusão ao recurso de aplicativos de relacionamento, como o Tinder. Quando um usuário tem um *match* significa que ele foi correspondido (curtiu um perfil e também foi curtido por ele) e essa ocorrência abre a possibilidade de conversar com esse par através de um *chat*.

Mesmo identificando um grande volume de e-mails enviados pela Academia.edu, os entrevistados não se sentem pressionados através dessas mensagens a acessar mais a plataforma. Além disso, os três observaram uma intensificação de e-mails promocionais do serviço *premium*. Fábio optou por desativar todas as notificações por e-mail, um procedimento que também costuma adotar com plataformas de mídia social. Especificamente em relação a Academia.edu, ele justifica: “é uma plataforma que não tem nenhuma urgência, nenhum conteúdo urgente”. Além disso, o entrevistado considera as estratégias de divulgação dos serviços pagos um “marketing muito agressivo”. A estratégia de “desativar tudo” não é a única adotada, sendo que Sandra comentou sobre já ter um “olhar filtrado” e só abrir os e-mails que a interessam, como aqueles relacionados à pesquisadora que ela acompanha. Outra prática foi comentada na conversa com André, que abre apenas os e-mails em que percebe algo “fora da curva”, como um artigo que recebeu, de forma atípica, um aumento de visualizações.

Durante a entrevista, nenhum dos entrevistados assinava os recursos da versão *premium*, mas Fábio e Sandra já haviam assinado anteriormente e consideraram que não há um bom custo-benefício. Ainda assim, os interlocutores reconhecem que as métricas mais interessantes são acessíveis apenas no recurso pago, como saber quantas páginas de um artigo publicado cada leitor acessou. Essa experiência é comparada por Fábio a um “olho na fechadura”, sendo que, muitas das vezes, a pessoa “do outro lado” não sabe exatamente o quanto está sendo monitorada. Através dessa informação, afirmam que é possível conhecer quem são os leitores que estão realmente interessados nas publicações, mas reconhecem que o encanto inicial que tiveram com esse recurso foi se esvaindo com o tempo. Não à toa, ambos que já assinaram a versão paga da plataforma não têm interesse em renovar o plano.

André, que nunca assinou o *premium*, afirmou não ter interesse em fazer a assinatura por considerar que os recursos disponíveis não fazem parte de uma demanda sua enquanto pesquisador. Além disso, entende que disponibilizar sua produção no site já é um “grande trabalho”, por isso não tem intenção de se engajar mais. O entrevistado cogita, inclusive, “a possibilidade de essa plataforma passar a ser exclusiva para pagamento ou piorar muito o serviço”, uma das razões que o levou a se concentrar mais no ResearchGate, que é integralmente gratuito. Ele enfatiza: “se o Academia.edu, em algum momento, fechar o acesso gratuito, a minha vida continua, eu vou utilizar outra plataforma”. Em seguida, o interlocutor compara essa possibilidade com as recentes mudanças na plataforma X/Twitter, que foi fortemente investida por recursos de monetização desde sua aquisição pelo bilionário Elon Musk.

Sobre as métricas disponíveis na plataforma, nenhum deles considera que elas ocupem grande centralidade nas suas rotinas científicas. Isso tem a ver, em primeiro lugar, com o fato delas não estarem inseridas nos mecanismos formais de avaliação acadêmica. Essa ideia é sublinhada pela afirmação feita por André de que “o índice h ainda é o elemento mais importante na nossa comunidade”. Ainda assim, Sandra aponta que para subir no índice h é preciso “dar visibilidade ao que você escreveu”. Além disso, a opacidade característica dessas métricas são percebidas como mecanismos para promover a assinatura paga do site.

Outro ponto envolve a possibilidade de um artigo ser postado mais de uma vez, o que acontece quando outros perfis (de periódicos ou de coautores) também publicam o trabalho na plataforma. No momento da publicação, o usuário pode marcar autores (no caso de perfis de periódicos) ou coautores (no caso de perfis de outros pesquisadores/as) do trabalho, que serão notificados pelo *site* para que aceitem ou não a vinculação. Esse tipo de marcação também pode ser sugerido pela própria Academia.edu. Desse modo, todas as versões do trabalho estarão inseridas no perfil do/a pesquisador/a. Esse procedimento é comentado por todos os entrevistados, sendo que André destaca que isso atrapalha as métricas, podendo gerar um número superestimado de artigos publicados, assim como métricas subestimadas e fragmentadas de um mesmo artigo que aparece em diferentes postagens.

Para Sandra, o impacto das métricas é considerado difuso e não pode ser visto de maneira isolada, sendo “mais um elemento pra você fazer um conjunto de ações de visibilidade” e “tem um impacto num ecossistema de outras coisas, de outros lugares, lugares virtuais, mas também lugares físicos”. A entrevistada afirma que, por um lado, a plataforma “ajuda a organizar”, mas, por outro, reforça a pressão em “ser visto como alguém produtivo”. Essa dualidade também aparece na conversa com Fábio, em que o interlocutor percebe que esses espaços dão a oportunidade de aumentar a “capilaridade” das produções, inclusive para autores menos conhecidos, mas que às vezes o/a pesquisador/a pode se ver “pressionado a ajudar a divulgar o seu trabalho nessa plataforma”. Dessa maneira, a plataforma é vista como um espaço de *networking* que, junto com outros ambientes *online* e *offline*, ajudam a construir uma imagem do/a pesquisador/a. Em outras palavras, a produção de uma “persona acadêmica *online*” (Marshall, Barbour e Moore 2017) é um trabalho complexo que envolve, além da própria atuação institucional, ações que estão fora desse escopo e buscam realçar a visibilidade de suas produções.

Os impactos da circulação do conhecimento acadêmico nas plataformas digitais são percebidos pelos entrevistados em diversos aspectos. Sandra destaca que, na comunidade acadêmica, esse impacto não está restrito aos professores, mas se estende durante toda a formação do/a pesquisador/a. Se por um lado essa circulação nos ambientes digitais pode permitir uma maior “mobilidade” no acesso a diferentes conteúdos da internet, por outro a mediação digital é vista como cada vez mais sutil, que “nos afasta de um lugar ativo de busca e você vai sendo enredado, assim, sem perceber”. Em complemento a isso, a interlocutora considera que o uso de plataformas de mídias sociais para a divulgação do trabalho acadêmico é algo inevitável, sobretudo para pesquisadores/as que ainda estão em processo de consolidação na sua área.

Quando esse impacto é pensado de uma maneira mais ampla, para além do ambiente acadêmico, todos reconhecem pontos positivos. André, por exemplo, considera que as plataformas de fins acadêmicos “criam um incentivo para que pesquisadores/as ajudem a divulgar os seus trabalhos” para além dos espaços tradicionais como periódicos e congressos. No mesmo sentido, Fábio reconhece que esses espaços ampliam o acesso dos trabalhos para outros públicos. No caso das plataformas de mídias sociais, de um modo geral, os entrevistados consideram que são espaços importantes para quem faz divulgação da ciência, onde há uma interlocução

maior e os/as pesquisadores/as buscam traduzir as ideias para um público não especialista. Além disso, André menciona algo que marcou sua própria experiência: após ganhar visibilidade nas plataformas digitais por um tema considerado “marginal” na sua produção, ele decidiu dar mais importância a esse assunto a partir do “*feedback* positivo desses outros públicos”. Por outro lado, Fábio afirma que a popularidade de alguns textos publicados na Academia.edu, envolvendo temas que fogem dos seus atuais interesses de pesquisa, não o fizeram se interessar em escrever mais sobre esses assuntos. Isso porque considera que tais trabalhos não têm necessariamente um enfoque e um rigor acadêmico.

CONCLUSÕES

Este estudo teve como objetivo discutir, a partir de uma pesquisa empírica, como pesquisadoras/es gerenciam sua visibilidade e sua “*persona online*” a partir das condições e das práticas de publicação, metrificação e circulação da produção científica no Academia.edu. As entrevistas realizadas para esse estudo foram importantes para reconhecer diferentes estratégias adotadas por pesquisadores/as nessa plataforma. Enquanto usuários que a acessam com certa regularidade, os entrevistados consideram, de maneira geral, que esse ambiente contribui sobretudo para dar visibilidade às suas produções acadêmicas. Um outro ponto evidente nas conversas é de que a Academia.edu, assim como outras plataformas similares, cumpre o papel de reunir as publicações de pesquisadores/as em uma só página e contribui para a melhor circulação desses textos. Considerando que os repositórios institucionais possuem limitações quanto ao tipo de publicação e seus sistemas são, por vezes, dotados de instabilidades, a plataforma parece garantir que sua produção estará disponível de modo organizado. A adoção de uma plataforma comercial para este fim reitera a discussão de Plantin e Thomer (2023) sobre a tendência de terceirização das atividades de bibliotecas para atores do setor privado.

As métricas da plataforma não são centrais em suas práticas, mas podem despertar curiosidade na medida em que revelam informações mais detalhadas sobre acessos ao perfil e às publicações no *site*. Com foco na circulação da produção científica, as redes sociais acadêmicas realçam as “métricas de vaidade” (Rogers 2019) não apenas mensurando como a pessoa é citada, mas também como ela é lida (contabilizando as páginas acessadas de um artigo) ou como e por quem seu perfil é visitado.

As entrevistas não revelaram atenção especial aos recursos desenvolvidos pela plataforma, como o “*Impact*” das publicações. O que é mais ressaltado pelos entrevistados é a possibilidade de saber mais sobre os perfis que visitaram os artigos e o número de páginas lidas, o que revela que a gestão de suas *personas online* inclui uma certa vigilância da performance dos pares. Nas palavras de Fábio, o uso da plataforma inclui “regularmente ver quem está me *stalkeando*”.¹⁹ Ainda assim, essa curiosidade

¹⁹ O termo *stalkear* vem de *stalker* (sua tradução literal é perseguidor) e seu uso corrente na internet está relacionado ao comportamento de acompanhar as publicações de um perfil nas mídias sociais. Essa noção foi inicialmente cunhada em contextos que podem ser enquadrados

não foi forte o bastante para que os entrevistados que já assinaram *premium* escolhessem renová-lo após o período de expiração.

Assim, embora a pesquisadora e os pesquisadores reconheçam que a plataforma não tem um impacto direto em como são avaliados institucionalmente, entendemos que essa rede social acadêmica faz parte de um ecossistema complexo de produção de visibilidade caracterizado pela formação de “assembleias métricas” (Burrows 2012). Esses mecanismos de mensuração são entrelaçados a estruturas de poder e circulam dentro e fora das redes sociais, nos treinando para tornar nosso desempenho não apenas visível para os outros, mas também passível de ser avaliado comparativamente (Beer 2016, p. 93).

A circulação do conhecimento acadêmico em plataformas digitais é percebida pelos entrevistados como uma oportunidade para ampliar o alcance das pesquisas, mas também como uma armadilha que pode reforçar a pressão por produtividade. Há também um desconforto na construção de uma “persona acadêmica *online*” (Marshall, Barbour, Moore 2017), uma tarefa considerada cada vez mais inescapável para pesquisadores/as que estão em processo de consolidação da carreira. Nesse aspecto, ainda que a Academia.edu elabore análises específicas sobre essas produções, é possível apontar que ela não fornece métricas alternativas capazes de modificar as assimetrias presentes no ambiente acadêmico.

Concluimos que as práticas na plataforma Academia.edu se revelam complexas e não podem ser vistas de maneira homogênea. Um mesmo aspecto, como uma notificação enviada por e-mail, pode ser considerado instigante, desagradável ou indiferente a depender de quem o recebe, quando o recebe e de que maneira aquela mensagem é apresentada. Ademais, a bibliografia consultada e os resultados da pesquisa empírica corroboram a nossa percepção de que novos estudos qualitativos sobre as práticas de pesquisadores/as *online* se fazem necessários para melhor compreensão dos potenciais e desafios acadêmicos que atravessam os ambientes digitais.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos participantes anonimizados da pesquisa, que colaboraram de forma voluntária para responderem às entrevistas, e ao professor Yuri Castelfranchi, do Departamento de Sociologia da UFMG, que autorizou a utilização de sua postagem no X/Twitter para a discussão nesse artigo.

FINANCIAMENTO

O presente trabalho foi realizado no âmbito do projeto "Mensurando incertezas, compartilhando controvérsias: as dinâmicas contemporâneas de plataformação da

como assédio, mas passou a ser aplicada em situações bastante corriqueiras, como a que o interlocutor menciona.

ciência", financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig) através do Edital 001/2022 - Demanda Universal (APQ-01714-22) e pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) através da Chamada Nº 4/2021 – Bolsas de Produtividade em Pesquisa – PQ (Processo: 313032/2021).

REFERÊNCIAS

ACADEMIA.EDU, 2024a. *Searching Academia*. [Acesso em 03 julho 2024]. Disponível em: <https://support.academia.edu/hc/en-us/articles/360042889174-Searching-Academia>.

ACADEMIA.EDU, 2024b. *Analytics Overview*. [Acesso em 03 julho 2024]. Disponível em: <https://support.academia.edu/hc/en-us/articles/360042888134-Analytics-Overview>.

BEER, David, 2016. *Metric Power*. London, England: Palgrave Macmillan UK.

BURROWS, Roger, 2012. Living with the H-Index? Metric Assemblages in the Contemporary Academy. *The Sociological Review* [em linha]. 15 maio 2012. vol. 60, no. 2, p. 355–372. DOI [10.1111/j.1467-954X.2012.02077.x](https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2012.02077.x).

DA SILVA NETO, Victo José e CHIARINI, Tulio, 2023. The Platformization of Science: Towards a Scientific Digital Platform Taxonomy. *Minerva* [em linha]. 28 outubro 2022. vol. 61, no. 1, p. 1–29. DOI [10.1007/s11024-022-09477-6](https://doi.org/10.1007/s11024-022-09477-6).

DUFFY, Brooke Erin e POOLEY, Jefferson D, 2017. “Facebook for Academics”: The Convergence of Self-Branding and Social Media Logic on Academia.edu. *Social Media + Society* [em linha]. 17 março 2017. vol. 3, no. 1. DOI [10.1177/2056305117696523](https://doi.org/10.1177/2056305117696523).

FELDMAN, Zeena e SANDOVAL, Marisol, 2018. Metric Power and the Academic Self: Neoliberalism, Knowledge and Resistance in the British University. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique* [em linha]. 26 janeiro 2018. vol. 16, no. 1, p. 214–233. DOI [10.31269/triplec.v16i1.899](https://doi.org/10.31269/triplec.v16i1.899).

HELMOND, Anne, 2019. Plataformização da Web. Em: OMENA, Janna Joceli (ed.). *Métodos digitais: teoria-prática-crítica*. Lisboa, Portugal: ICNova. 2019. p. 49-72.

JORDAN, Katy, 2019. From Social Networks to Publishing Platforms: A Review of the History and Scholarship of Academic Social Network Sites. *Frontiers in Digital Humanities* [em linha]. 11 março 2019. vol. 6, p. 5. DOI [10.3389/fdigh.2019.00005](https://doi.org/10.3389/fdigh.2019.00005).

LUPTON, Deborah, MEWBURN, Inger e THOMSON, Pat (org.), 2017. *The digital academic: critical perspectives on digital technologies in higher education*. New York, EUA: Routledge.

MANCA, Stefania, 2018. ResearchGate and Academia.edu as networked socio-technical systems for scholarly communication: a literature review. *Research in Learning Technology* [em linha]. 20 fevereiro 2018. vol. 26. DOI [10.25304/rlt.v26.2008](https://doi.org/10.25304/rlt.v26.2008).

MARSHAL, Philip, BARBOUR, Kim e MOORE, Christopher, 2017. Academic persona: The construction of online reputation in the modern academy. Em: LUPTON, Deborah, MEWBURN, Inger e THOMSON, Pat (org.). *The digital academic: critical perspectives on digital technologies in higher education*. New York, EUA: Routledge.

NIYAZOV, Yuri, VOGEL, Carl, PRICE, Richard, et al., 2016. Open Access Meets Discoverability: Citations to Articles Posted to Academia.edu. *PLOS ONE* [em linha]. 17 fevereiro 2016. vol. 11, no. 2, p. e0148257. DOI [10.1371/journal.pone.0148257](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0148257).

OLIVEIRA, Thaiane Moreira De, COLLAZO, Francisco, URIBE TIRADO, Alejandro, et al., 2022. Apresentação. Agendas futuras para Latmétricas. Em: VÉLEZ CUARTAS, Gabriel; OLIVEIRA, Thaiane Moreira De; COLLAZO, Francisco; et al (org.). *Métricas de la producción académica: evaluación de la investigación desde América Latina y el Caribe*. [s.l.]: CLACSO.

ORTEGA, José Luis, 2015. Disciplinary differences in the use of academic social networking sites. *Online Information Review* [em linha]. 10 agosto 2015. vol. 39, no. 4, p. 520-536. DOI [10.1108/OIR-03-2015-0093](https://doi.org/10.1108/OIR-03-2015-0093).

PLANTIN, Jean-Christophe, 2016. Algorithmic Accountability in Scholarship: What We Can Learn from #DeleteAcademiaEdu. *Media Policy Project* [em linha]. 17 fevereiro 2016. Disponível em: <https://blogs.lse.ac.uk/mediase/2016/02/17/algorithmic-accountability-in-scholarship-what-we-can-learn-from-deleteacademiaedu/>.

PLANTIN, Jean-Christophe e THOMER, Andrea, 2023. Platforms, programmability, and precarity: The platformization of research repositories in academic libraries. *New Media & Society* [em linha]. 6 junho 2023. p. 1-21. DOI [10.1177/14614448231176758](https://doi.org/10.1177/14614448231176758).

ROGERS, Richard, 2019. Engajados de outra maneira: as mídias sociais - das métricas de vaidade à análise crítica. Em: OMENA, Janna Joceli (ed.). *Métodos digitais: teoria-prática-crítica*. Lisboa, Portugal: ICNova. 2019. p. 73-98.

THOMAZ, Petronio Generoso Thomaz, ASSAD, Renato Samy e MOREIRA Luiz Felipe P., 2011. Uso do Fator de impacto e do índice H para avaliar pesquisadores e publicações. *Arquivos Brasileiros de Cardiologia* [em linha]. 25 março 2011. vol. 96, no. 2, p. 90-93. DOI [10.1590/S0066-782X2011000200001](https://doi.org/10.1590/S0066-782X2011000200001).

YAMADA, Yuki e TEIXEIRA DA SILVA, Jaime A, 2023. Academia Letters: Examination of an ‘Experimental’ Academia.edu Publishing Model. *Journal of Scholarly Publishing* [em linha]. 1 janeiro 2023. vol. 54, no. 1, p. 103-120. DOI [10.3138/jsp-2022-0028](https://doi.org/10.3138/jsp-2022-0028).