



O USO DE MÍDIAS SOCIAIS POR PERIÓDICOS BRASILEIROS DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO DE TURISMO, HOSPITALIDADE E LAZER E O SEU EFEITO NA COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA DESTA COMUNIDADE

Informações:

Nome: Kleber de Oliveira da Silva

Instituição: Universidade de São Paulo

E-mail: kleber.silva@usp.br

Orientadora: Dra. Sueli Mara Soares Pinto Ferreira

Data prevista para defesa: 24/02/2024

Título (provisório) da tese: O uso de mídias sociais por periódicos brasileiros dos programas de pós-graduação de Turismo, Hospitalidade e Lazer e o seu efeito na comunicação e divulgação científica desta comunidade

Resumo: A presente pesquisa de doutorado tem como objetivo analisar o uso de mídias sociais por periódicos científicos dos programas de pós-graduação em Turismo, Hospitalidade e Lazer do Brasil, por meio da opinião de seus editores e descrição das mídias utilizadas, de modo a entender o seu uso para ações de comunicação e divulgação científica. Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva com abordagem qualitativa, que ocorrerá por meio de observações sistemáticas dos portais oficiais da amostra de 10 periódicos científicos e suas mídias sociais, além de entrevistas com os editores e responsáveis pelo gerenciamento das mídias sociais.

Palavras-Chave: Mídias Sociais. Periódicos Científicos. Comunicação Científica. Divulgação Científica.

1 INTRODUÇÃO E PROBLEMATIZAÇÃO

O desenvolvimento e a popularização das tecnologias de informação e comunicação trouxeram grandes modificações na forma como pessoas e instituições se relacionam entre si. Em meio aos avanços, as mídias sociais (MS) surgiram em um contexto de uma internet mais participativa, na qual o usuário passa a ter maior protagonismo na geração de conteúdos e interações com sites e aplicativos. A academia científica também percebeu a importância do

uso de MS, pois gradativamente mais pesquisadores estão utilizando-as para se conectar com outros investigadores, disseminar os resultados de suas pesquisas e obter informações sobre a comunidade científica, na qual estão inseridos. As instituições científicas também estão se adaptando e criando perfis em MS, já é possível encontrar páginas de instituições de ensino, centros de pesquisa, programas de pós-graduação, grupos de pesquisa, associações e periódicos científicos.

Analisar o uso de mídias sociais por periódicos científicos foi escolhido como objeto de estudo, pois se trata de importantes canais de comunicação na ciência, que cada vez mais estão fazendo o uso de MS para ações de comunicação e divulgação científica tanto para o público especializado, quanto para o leigo. Essa realidade faz emergir uma série de perguntas: Como é o gerenciamento de mídias sociais pela equipe editorial de um periódico científico? Quais as vantagens e desvantagens na utilização de mídias sociais para disseminação da ciência? Quais motivos levaram periódicos a adotarem ou não o uso de mídias sociais? O uso de mídias sociais resultou em um maior engajamento de usuários especializados e leigos nas revistas? O conjunto desses questionamentos fez surgir a pergunta que guia esta investigação:

Como se dá o uso de mídias sociais pelos periódicos científicos dos programas de pós-graduação de Turismo, Hospitalidade e Lazer do Brasil para as ações de comunicação e divulgação científica da área?

OBJETIVO GERAL:

Analisar o uso de mídias sociais por periódicos científicos dos programas de pós-graduação em Turismo, Hospitalidade e Lazer do Brasil, por meio da opinião de seus editores e descrição das mídias utilizadas, de modo a entender o seu uso para ações de comunicação e divulgação científica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Identificar as características de mídias sociais utilizadas por periódicos científicos, de modo a observar o seu uso no processo de comunicação e divulgação científica;
2. Entender o histórico e a realidade do campo de estudos de Turismo, Hospitalidade e Lazer no Brasil, quanto ao processo da comunicação e divulgação científica desta comunidade;

3. Verificar o uso de mídias sociais pelos periódicos brasileiros vinculados aos programas pós-graduação em Turismo, Hospitalidade e Lazer, por meio de observação sistemática dos seus respectivos sites e entrevistas com seus editores;
4. Propor instrumento com critérios de análise do uso de mídias sociais por periódicos científicos para ações de comunicação e divulgação científica.

A escolha do tema, assim como dos objetivos deste estudo, visa preencher a lacuna sobre comunicação científica que analisa o uso de MS por periódicos científicos, a contribuição desta pesquisa está em estudar o ponto de vista da publicação desde a implantação até o gerenciamento diário. A maioria das pesquisas publicadas tem o foco de análise na disseminação de artigos nas MS, assunto o qual está diretamente ligado ao grande interesse atual da ciência por estudos alométricos. Além disso, a comunidade científica tem se dedicado intensamente em investigar o impacto e o uso das MS por periódicos de acesso fechado e de áreas tradicionais como medicina e ciências naturais. Os periódicos brasileiros de acesso aberto apresentam características próprias, que variam entre as áreas do conhecimento, tendo em vista a carência de estudos sobre a área de humanidades, o foco deste estudo está em analisar os periódicos brasileiros do campo de estudos de Turismo, Hospitalidade e Lazer (THL).

A escolha de THL ocorre pelo fato de ser a área de formação e atuação do pesquisador, que ao longo de sua trajetória pode colaborar no processo editorial de dois importantes periódicos científicos de THL, além de acompanhar a evolução e modificações nas formas de comunicação e divulgação da ciência na área, assuntos que serviram de motivação para o desenvolvimento do estudo no doutorado. A pós-graduação *stricto sensu* em THL é nova, tendo pouco mais de vinte anos no Brasil e, recentemente tem obtido crescimento e consolidação de seus 14 programas de mestrado, que culminaram na abertura de 6 doutorados. Diversos pesquisadores têm se dedicado em analisar a comunicação científica da área (MIRANDA; REJOWSKI, 2013; REJOWSKI; ALDRIGUI, 2007; SANTOS; REJOWSKI, 2013), que apresenta um crescimento exponencial no número de periódicos científicos, mas que muitos ainda enfrentam os desafios de aumentar sua qualidade e impacto na comunidade científica e sociedade.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva, tendo em vista a realização de pesquisa bibliográfica, o levantamento de dados primários junto aos periódicos científicos de THL e a descrição das características do uso de MS por eles e seu efeito na comunicação e divulgação científica deste campo de estudos. A abordagem é qualitativa, que ocorrerá por meio de observação sistemática dos portais oficiais dos periódicos científicos e suas mídias sociais, além de entrevistas com os editores e responsáveis pelo gerenciamento das mídias sociais.

A população de periódicos científicos brasileiros de THL é composta por 25 publicações que apresentam uma diversidade de características entre si, principalmente, em relação à maturidade e estruturação da publicação. Para a seleção dos participantes da pesquisa foi estabelecido um conjunto de critérios: ser uma revista científica publicada no Brasil; estar vinculada à programa de pós-graduação stricto sensu no campo de estudos de THL; contar com sistema de dupla avaliação cega por pares; estar ativa com edições recentes. Após essa análise definiu-se a amostra de 10 periódicos científicos: Turismo e Sociedade; Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo; Revista de Turismo Contemporâneo; Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade; Revista Hospitalidade; Revista Turismo em Análise; Applied Tourism; Turismo: visão e ação; Licere; Revista Brasileira de Estudos do Lazer.

A revisão de literatura realizada até o momento possibilitou identificar um conjunto de 19 variáveis, que foram selecionadas para compor um protocolo de pesquisa de modo a atingir o objetivo deste estudo. Com base nas variáveis definidas serão elaborados dois instrumentos de pesquisa: um checklist e um roteiro de entrevistas. O checklist com as variáveis será utilizado para observações sistemáticas dos sites oficiais dos periódicos e suas mídias sociais. O roteiro de entrevistas será semiestruturado e conterá perguntas abertas que serão respondidas pelos editores dos periódicos e responsáveis pela administração das mídias sociais da publicação. O roteiro será submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de São Paulo e após sua aprovação será feito dois pré-testes com periódicos científicos da área de THL, que não constam na amostra selecionada.

Foi realizado um levantamento preliminar no dia 01/02/2022 de modo a verificar quais periódicos constantes na amostra utilizam ou não mídias sociais e, quais são elas. Os dados apontam que há predomínio no uso do Facebook e Instagram, e apenas uma revista possui perfil no YouTube. A coleta de dados ocorrerá inicialmente pela observação sistemática dos conteúdos das mídias sociais e do site oficial dos periódicos por meio do uso do checklist, os

resultados das observações serão registrados em documento de texto. As informações de comportamento de postagens (número de postagens, data, hora, presença de imagens, hashtags, links gerais e dos artigos, menções de usuários) e engajamento de usuários (curtidas, comentários, compartilhamentos, menções) serão extraídos por meio de software específico, três artigos (KARMAKAR; BANSHAL; SINGH, 2020; WANG; HOU; HU, 2021; ZHENG et al., 2019) utilizam o software *Python* para a extração desses dados. Os dados serão tabulados em planilha de cálculos do Excel, que possibilitará sua limpeza, ordenamento, tratamento estatístico e análise das correlações entre as variáveis. A coleta de dados das entrevistas ocorrerá de forma online com auxílio de software de videoconferência (Skype, Google Meet ou Microsoft Teams), que possibilite a gravação de toda a entrevista para posterior transcrição, tratamento e interpretação por meio de Software de Análise Qualitativa (Maxqda ou Atlas.ti). Para a organização e análise dos dados qualitativos, serão utilizadas as técnicas de análise de conteúdo de Bardin (2011), que correspondem ao processo de pré-análise do material em relação aos objetivos da pesquisa, exploração do material pela codificação de dados e por fim, o tratamento dos dados por inferências e interpretações.

REFERÊNCIAS

KARMAKAR, Mousumi; BANSHAL, Sumit Kumar; SINGH, Vivek Kumar. Does presence of social media plugins in a journal website result in higher social media attention of its research publications? **Scientometrics**, Budapest, v. 124, p. 2103–2143, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03574-7>.

MIRANDA, Elaine Cristina Pinto de; REJOWSKI, Mirian. Turismo e Hospitalidade no cenário da comunicação científica: avaliação de periódicos científicos eletrônicos. **Revista Rosa dos Ventos**, [S. l.], v. 5, n. 4, p. 559–576, 2013.

PANOSSO NETTO, Alexandre; CALCIOLARI, Guilherme Farinazzo de Mello. Quantos são os Livros Teóricos de Turismo Publicados no Brasil? Uma Análise da Produção Bibliográfica acional (1990-2010). **Turismo em Análise**, [S. l.], v. 21, n. 3, p. 668–686, 2010.

REJOWSKI, Mirian; ALDRIGUI, Mariana. Periódicos científicos em Turismo no Brasil: dos boletins técnico-informativos às revistas científicas eletrônicas. **Turismo em Análise**, [S. l.], v. 18, n. 2, p. p.245-268, 2007.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira; REJOWSKI, Mirian. Comunicação científica em turismo no Brasil: Análises descritivas de periódicos nacionais entre 1990 e 2012. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [S. l.], v. 7, n. 1, p. 149–167, 2013. DOI: <https://doi.org/10.7784/rbtur.v7i1.578>.

WANG, Yajie; HOU, Haiyan; HU, Zhigang. “To tweet or not to tweet?” A study of the use of Twitter by scholarly book publishers in Social Sciences and Humanities. **Journal of**

Informetrics, Amsterdam, v. 15, p. 1–14, 2021. DOI:
<https://doi.org/10.1016/j.joi.2021.101170>.

ZHENG, Han; AUNG, Htet Htet; ERDT, Mojisola; PENG, Tai-Quan; RAAMKUMAR, Aravind Sesagiri; THENG, Yin-Leng. Social media presence of scholarly journals. **Journal of The Association for Information Science and Technology**, Hoboken, v. 70, n. 3, p. 256–270, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1002/asi.24124>.