

CONCEITOS E TÉCNICAS DA CIBERMETRIA NA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Nelma Camêlo de Araujo
Doutoranda em Ciência da Informação
Universidade Federal de Santa Catarina
Professora do Curso de Biblioteconomia
Universidade Federal de Alagoas
nelmacamelo@gmail.com

Resenha

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira (Org.). **Estudos métricos da informação na web:** atores, ações e dispositivos informacionais. Maceió: EDUFAL, 2015.

A Ciência da Informação enquanto área do conhecimento interdisciplinar dispõe de pesquisas que permeiam a forma como se organiza, trata, recupera e dissemina a informação para seus usuários, atrelados ao ambiente físico e virtual. A obra analisada vai ao encontro das tendências atuais no que tange a pesquisas direcionadas ao ambiente virtual da web, quais sejam publicações *online*, redes sociais e interação homem computador, por meio de métricas direcionadas a esses novos formatos de informação.

A publicação é dividida em duas partes, contendo cinco tópicos cada uma. Na primeira parte são abordados os aspectos teóricos relativos aos estudos métricos na web, dando visibilidade aos estudos cibernéticos, à altmetria, e à netnografia. A segunda parte apresenta o uso dessas métricas nas práticas da área da Ciência da Informação.

Os Estudos Cibernéticos da informação elucidam o conceito da Cibermetria afirmando que “são termos genericamente

utilizados para se referir quantitativamente à criação e utilização de conteúdos web, sejam eles de natureza social, política, científica ou empresarial”, usados no contexto da Internet, com abordagens “infométricas, bibliométricas e cientométricas”, dando visibilidade à webometria/webmetria e altmetria. Em meio a tantos subcampos existentes, a leitura pode auxiliar ao pesquisador localizar e enquadrar o tipo de pesquisa que é realizada por meio da identificação “dos objetos ou recursos de análise que se dedica” e “da natureza da informação e atores – público ou grupo social que cobre em seus estudos”. Seguindo os conceitos elucidados as *Métricas da Comunicação Científica na Web Social* destacam o manifesto da altmetria como uma nova área de investigação científica, tendo como vantagens a “velocidade, semântica, e abertura” e também a “diversidade”, possibilitando a “criação de ferramentas dedicadas à coleta e divulgação de métricas alternativas”, destacando a PLOS (*Public Library of Science*) e ALM (*Article-Level Metrics*); a Almetric; a Plum Analytics e, ImpactStory. As Redes Sociais são destaques no *Suporte Social Informacional em Ambientes Digitais*, utilizando da Análise de Redes Sociais (ARS) “centrada na análise

das relações entre pessoas”, destaca-se como análise *Top-Down*, “três métricas de avaliação do suporte social do ambiente informacional”, sendo elas, *Densidade da Rede* – representando uma métrica que aponta o “potencial suporte social a partir do fluxo informação realizado”; Centralidade da Rede – dispõe de uma métrica que representa a *Integração Social* da Rede, e Componentes da Rede – métrica que indica a “existência de grupos de usuários e de conteúdos isolados na Rede”, a análise *Bottom-up* direciona-se à unidade de suporte social, fazendo uso de duas métricas: a Intensidade do Suporte – refere-se “à quantidade de interações realizadas pelos usuários engajados em uma unidade de suporte”; e a Abrangência do Suporte – métrica de Coesão e Integração Social. Ainda destacando as Redes Sociais, a **Netnografia** é vista como uma disciplina transdisciplinar, direcionada à ciência e tecnologia, tendo como princípio a etnografia, nesse contexto é apresentado um quadro adaptado do autor Koninets (2002, 2006), que aponta as diferenças e similaridades entre a netnografia e a etnografia, destacando as características da etnografia, “natural, imersiva, descritiva, multi-método, adaptável e de orientar-se pelo contexto”, já a netnografia as etapas para realização da pesquisa tem os seguintes elementos: entrada – definição da questão da pesquisa; coleta de dados – sistematização e identificação dos membros da comunidade observada; análise dos dados e interpretação – “classificam-se as informações fora do assunto estudado e, validação pelos participantes e ética na atuação – fase dos contatos com os sujeitos da pesquisa, “quase em tempo real”, solicitando sua autorização por meio do consentimento livre esclarecido, na apresentação da tabela sobre critérios netnográficos é destacado dez critérios: coerência; rigor; literacia; fundamentação; inovação; ressonância; verossimilhança; reflexividade; práxis e, interconexão. No contexto da **Ciência da Informação e o aporte metodológico da Netnografia**, destaca-se a possibilidade de trabalhos em “estudo de usuários no contexto das bibliotecas digitais”, cita-se o trabalho de Cubillos (2006) sobre a análise de “comunidades de weblogs hispanos e

como compreender melhor quais as consequências pessoais ou profissionais este novo tipo de interação acarreta para estudos de comunidades virtuais na Ciência da Informação”, também o trabalho de Araújo (2013) sobre a “prática pedagógica no ensino de biblioteconomia”, observando a “mediação da informação” que os alunos exerciam em microblog e twitter.

A segunda parte da publicação inicia com uma pesquisa sobre **O Uso do fator de impacto web alternativo para avaliar as Universidades Públicas Espanholas**, a pesquisa foi realizada “aplicando uma fórmula alternativa de cálculo aos sítios das universidades públicas espanholas”, denominado de FIW (Fator de Impacto Web) Alternativo. Para aplicação da fórmula foi utilizado o motor de busca comercial, *Google*, e um rastreador de web acadêmico, *Webometrics Analyst*, são apresentadas tabelas como resultado da pesquisa. Na primeira tabela, apresenta o número total de páginas, ligações externas dos sítios/citações URL e FIW por universidade e fonte de dados, a segunda tabela apresenta a posição das universidades espanholas por forma de cálculo do FIW, de acordo com o resultado final da pesquisa que utilizou o FIW Alternativo, comparando com o FIW Original e o FIW Revisado, apontam diferenças no ranking das universidades, esse mesmo método foi utilizado na análise de universidades brasileiras apontando para as mesmas diferenças, demonstrando a necessidade de se realizar pesquisas com formas alternativas de estudos métricos. O **Desempenho e a atenção online das publicações de autores brasileiros na coleção PLOS** é tema de pesquisa realizada utilizando a ferramenta PLOS-ALM, objetivando extrair artigos de autores “oriundos do Brasil” que publicaram “nas revistas da coleção PLOS até dezembro de 2014”, a coleção PLOS faz parte da área das Ciências da Saúde e Multidisciplinar. Os resultados identificaram que os artigos de autores brasileiros foram publicados na PLOS ONE – 88%, em primeiro lugar e 9% na PLOS NTD em segundo lugar, foram analisados 4150 artigos da PLOS ONE e 424 artigos da PLOS NTD, nas demais re-

vistas da PLOS os resultados foram abaixo das expectativas, porém a justificativa para tal resultado é esclarecido pelo fato da PLOS ONE ser uma revista multidisciplinar e também a que “cobra a menor taxa” para publicação, outro dado relevante na pesquisa são a filiação desses autores a instituições de pesquisa no Brasil, destacado nas tabelas das respectivas PLOs, PLOS Biology; PLOS Medicine; PLOS Computational Biology; PLOS Genetics; PLOS Pathogens; PLOS ONE, e PLOS Neglected Tropical Diseases, considera-se que “a produção brasileira publicada nas revistas da coleção PLOS atinge boas marcas ALM, inclusive todas as ALMs desses artigos publicados numa amostra de 2013 a 2014”. A Pesquisa sobre a **Presença Online, visibilidade e engajamento das Universidades Federais do Nordeste na Web Social** utilizou estudo já realizado pela autora Vanti (2010), que “submeteu os websites das universidades federais da região Nordeste do Brasil aos indicadores webométricos”, desta forma o presente trabalho utilizou 15 websites de universidades federais do Nordeste que foram apresentados na primeira tabela do trabalho em pauta. Os dados analisados partiram das buscas dos perfis sociais das universidades, utilizando como critérios: a) disponibilização dos links dos sites oficiais; b) pesquisa no motor de busca Google, e c) pesquisa na própria mídia social. A pesquisa foi realizada em dois momentos distintos, o primeiro, na primeira semana de abril de 2011, e o segundo, na segunda semana de janeiro de 2015, comparativamente (de acordo com o primeiro quadro apresentado no trabalho) a mídia mais utilizada foi o twitter, nos dois momentos, e a menos utilizadas foi o instagran. Como resultado final, a pesquisa demonstra que por meio dos estudos da webmetria as universidades analisadas participam das mídias sociais de alguma forma, dando visibilidade as suas atividades. O Estudo que aborda **Informação em Saúde sobre a Dengue**

no Youtube foi realizado na segunda semana de janeiro de 2015, utilizando os descritores “dengue” e “aedes aegypti” no Youtube, bem como os vídeos relacionados ao assunto, em língua portuguesa, espanhola e inglesa, foram selecionados os 100 primeiros vídeos. Os resultados apontaram que os vídeos selecionados foram postados no Youtube de 2006 a 2015, sendo a incidência maior no ano de 2013 (29%), no ano de 2006 e 2007 foram postados apenas um vídeo, 71% desses vídeos são em português, conforme a primeira tabela apresentada no trabalho (critérios cibernéticos), os vídeos selecionados obtiveram no critério visibilidade: 3.616.706 visualizações e 4.179 compartilhamentos; no critério engajamento: 1.568 comentários e inscritos a partir do vídeo 905; no critério avaliação: 8.760 apontam que gostaram e 588 que não gostaram, o trabalho apresenta ainda uma tabela dos vídeos com melhor desempenho por critérios cibernéticos, sendo selecionados 24 vídeos, ao final do trabalho os autores ressaltam a importância da ferramenta Youtube como um canal de interação na disseminação de informação se bem utilizado. O último capítulo da publicação denominado **As Urgências da (Micro)informação** descreve um estudo realizado por ocasião do processo de eleição da Comissão de Direitos Humanos e Minorias, analisando as postagens no Twitter com a *hashtag* #ForaFeliciano no período de 06 de março a 22 de junho de 2013, a pesquisa apresenta que militantes e simpatizantes do movimento LGTB foram os que mais se manifestaram na mídia pesquisada, corroborando para a troca de informações e manifestações de grupos sociais atingidos pelas questões que lhe dizem respeito.

Todos os capítulos da publicação merecem leitura cuidadosa, pois abordam temas atuais na área da Ciência da Informação.