



10° EBBC

Encontro Brasileiro de
Bibliometria e Cientometria



A CIRCULAÇÃO DA INFORMAÇÃO CIENTÍFICA NO PORTAL RECLAME AQUI E SEU POTENCIAL USO ALTMÉTRICO

Michela Alessandra Fraga Mendes

<https://orcid.org/0009-0007-5352-2389>

michela@ufpa.br

Universidade Federal do Pará (UFPA)

Ediane Maria Gheno

<https://orcid.org/0000-0003-2743-4557>

edianeigheno@ufpa.br

Universidade Federal do Pará (UFPA)

RESUMO:

Estudo de caráter exploratório que analisa o portal Reclame Aqui como um potencial canal altmétrico para identificar a circulação da informação científica em contextos de consumo. A metodologia consistiu na coleta manual de reclamações públicas utilizando termos específicos e aplicação de filtros disponíveis na plataforma. Os resultados revelam que a ciência é mobilizada principalmente como evidência de autoridade em disputas de saúde e como produto de consumo em queixas contra editoras. Conclui-se que a plataforma capta dimensões de impacto social e utilidade prática da pesquisa acadêmica, oferecendo métricas complementares às tradicionais para o contexto brasileiro e da ciência aberta.

Palavras-chave: Altmétrie; Reclame Aqui; Impacto Social; Canais altmétricos.

EIXO TEMÁTICO:

Altmétrie e webometria

MODALIDADE:

Resumo expandido

DOI: 10.22477/x.ebbc.956

COMO CITAR ESTE ARTIGO:

CASTANHA, Rafael Gutierrez; FRANCO, Francielle. A circulação da informação científica no portal Reclame Aqui e seu potencial uso altmétrico. *In*: EBBC - Encontro Brasileiro de Bibliometria e Cientometria. 10. **Anais [...]**. Curitiba, 2026. DOI: 10.22477/x.ebbc.956. Disponível em: <https://doi.org/10.22477/x.ebbc.956>.



1 INTRODUÇÃO

O crescimento e a diversificação da produção científica têm intensificado a necessidade de desenvolver formas de avaliar o conhecimento produzido. Nesse contexto, surgem novos indicadores voltados à mensuração do desempenho de pesquisadores, instituições e países, subsidiando decisões político-científicas (Rostas; Almeida; Silva, 2020). Apesar dos avanços promovidos por bibliometristas e bases de dados na oferta de métricas para análise do impacto das publicações, os indicadores bibliométricos permanecem restritos ao ambiente acadêmico. É nesse cenário que a Altmétrie se insere como um subcampo dos Estudos Métricos da Informação, propondo métricas complementares para ampliar a avaliação da ciência. Este subcampo de pesquisa tornou-se essencial no atual cenário da avaliação científica, ao capturar, em tempo real, o impacto social das pesquisas em ambientes digitais (Priem *et al.*, 2010; Sugimoto *et al.*, 2017). Os ambientes digitais e plataformas colaborativas favorecem dinâmicas emergentes de disseminação científica, tornando os indicadores altmétricos fundamentais para captar o impacto da pesquisa (Bornmann, 2014; Priem *et al.*, 2010).

A literatura altmétrica confirma a necessidade de ampliar a cobertura para além das plataformas conhecidas, incluindo iniciativas focadas em contextos locais. Aguillo (2020) examinou 28 ferramentas sociais incluindo redes asiáticas como Sina Weibo e RenRen (China) e VKontakte (Rússia), demonstrando a viabilidade de incorporar plataformas não-ocidentais em análises altmétricas. Destaca-se ainda a iniciativa de Barata (2019), que argumenta explicitamente por “métricas alternativas mais relevantes para a América Latina”, defendendo a expansão da coleta de dados em Facebook e Twitter em português e espanhol.

Contudo, nenhuma iniciativa explorou plataformas de consumidor como canais

altmétricos, representando assim uma oportunidade no contexto brasileiro. Dentre estas plataformas, destaca-se que o Reclame Aqui (RA) representa um canal altmétrico potencial inexplorado que poderia capturar dimensões de impacto científico não mensuradas por indicadores conhecidos. O estudo de Molina e Pepece (2018) demonstra que a o RA é objeto de estudo em áreas como comportamento do consumidor e gestão de reclamações. O RA se define como “a maior plataforma de solução de conflitos entre consumidores e empresas da américa latina [...]. Além de um grande gerador de dados, com informações valiosas e únicas de jornadas e experiências de compra que contribuem, inclusive, para que as empresas evoluam no seu processo de atendimento” (Reclame Aqui, 2025).

Diante desse volume de dados gerados, inclusive com características de interações sociais como respostas e réplicas entre consumidores e empresas, botões interativos com o conteúdo, ranqueamento de empresas, status de resolução de conflitos, entre outros. Dessa forma, tem-se como premissa que o RA pode ser um meio de atenção online naturalmente distinto dos demais: de uma percepção, majoritariamente, mas não só, negativa. Assim, define-se como problema: de que maneira informações científicas circulam no portal Reclame Aqui? Tendo por objetivo analisar o RA como um potencial canal altmétrico, a partir da caracterização de menções a objetos científicos em reclamações públicas, avaliando como resultados de pesquisa científica são mobilizados no contexto de consumo.

2 METODOLOGIA

Com intuito de analisar o RA como um potencial canal altmétrico, a partir da identificação e caracterização de menções a objetos científicos, este estudo prevê análise exploratória baseado na coleta de reclamações públicas no site Reclame Aqui (RA), com identificação de menções a objetos científicos diversos nos conteúdos inseridos

pelos usuários da plataforma. A API do RA é restrita a empresas e voltada a usos comerciais (RECLAME AQUI, 2025), não estando disponível para fins de pesquisa científica. Portanto, os dados foram coletados manualmente. Foi realizada busca manual entre 20 e 31 de janeiro de 2026 por termos específicos que remetem a objetos científicos no campo de busca pública do portal RA com o objetivo de identificar as empresas relacionadas às reclamações. Os resultados consideram todo o histórico da plataforma até a data da coleta. O conjunto de palavras-chave compreende: “doi.org”, “periódico científico”, “*journal*”, “editora científica”, “revista científica”, “artigo científico” e “publicação científica”. É sabido que esse conjunto de termos remete à atividade científica, embora não a represente em sua totalidade. Ainda assim, não foi possível identificar, de forma objetiva, um conjunto de termos capaz de descrever adequadamente objetos científicos para além do DOI, que, por sua vez, também não é de uso exclusivo científico.

Para termos como “artigo científico” foram aplicados os filtros de categoria: “Editoras”, “Revistas e Periódicos”, “Livros”, “Planos de Saúde” ou “Não encontrei o meu problema”. O uso dos filtros se dá para eliminar reclamações que não remetem, necessariamente, ao uso de objetos científicos como reclamações direcionadas a Instituições de Ensino Superior em que os usuários questionam a elaboração de “artigo científico” enquanto trabalho de conclusão de cursos. Reclamações dessa natureza não versam sobre um artigo científico (pesquisa; estudo) específico. Assim, estes conteúdos não compuseram o *corpus* de análise. Os resultados obtidos na coleta foram organizados em planilha eletrônica (disponível em Autores, 2026), contendo: termo buscado, filtros aplicados, título da reclamação (contendo anonimização quando o nome da empresa foi mencionado), resposta (sim, não ou réplica), Empresa mencionada (com nomes das empresas anonimizados), Categoria/Tipo de empresa, *tags*, menção ao objeto científico e link da reclamação. Para categorização das empresas, acessou-se o perfil de cada empresa na plataforma

para atribuir uma categoria a empresa a partir de sua atividade principal, como exemplo destaca-se o CNPq foi categorizada como agência pública de fomento, três companhias áreas foram categorizadas como aviação, e cooperativas médicas foram categorizadas como cooperativa médica.

3 RESULTADOS

A coleta resultou em um total de 72 reclamações válidas, após a aplicação dos filtros para refinamento da busca para exclusão de menções sem caráter de pesquisa científica. A Tabela 1 apresenta a distribuição dos resultados por termo de busca.

Tabela 1 - Distribuição dos resultados por termo de busca.

Termo de busca	"doi.org"	"periódico científico"	"journal"	"editora científica"	"revista científica"	"publicação científica"	"artigo científico"	Total
Resultados Brutos	15	5	132	45	68	55	790	1110
Resultados válidos	15	4	34	6	2	2	10	73
Aproveitamento	100%	80%	25,76%	13,33%	2,94%	1,82%	3,64%	6,49%

Fonte: elaboração pelos autores (2026).

Termos como "doi.org" (100%) e "periódico científico" (80%) são os mais eficazes para buscas em plataformas populares, pois são menos utilizados no senso comum, presume-se, portanto, que se trata de público acadêmico. Por outro lado, termos de menor precisão como "artigo científico" (1,27%) e "publicação científica" (1,82%) geram ruído devido ao seu uso para tratar de burocracias acadêmicas. Entende-se que o aproveitamento total de 6,49% reforça a necessidade de curadoria manual ou filtros avançados ao utilizar o RA como fonte de dados altmétricos. O termo "artigo científico" apresentou a menor aproveitamento (1,27%) devido à sua forte associação, no cenário brasileiro, com os Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC). A maioria das ocorrências referia-se a conflitos administrativos entre estu-

dantes e IES não configurando a circulação de um objeto científico propriamente dito, o que reforça a necessidade de curadoria manual em coletas de dados dessa natureza.

Para compreender a relação das empresas perante as menções aos objetos científicos, foram estabelecidas, a partir da leitura de cada uma das 73 reclamações, rótulos para o tipo de menção aos objetos científicos e atribui-se categorias a cada empresa. Foram identificados 25 menções distintas e 20 categorias (tipos) de empresa. Considerando as menções a objetos científicos de maior recorrência (2 ou mais ocorrências) tem-se na Figura 1, as 8 principais menções a objetos científicos elencadas as categorias das empresas.

Figura 1 – Principais menções a objetos científicos e categorias das empresas.

Menção ao objeto científico	Categoria das empresas								
	Editora	Cooperativa médica	Agência pública de fomento	Instituição de Ensino Superior	Serviços Veterinários	Aviação	Operadora de planos de saúde	Alimentação	Indústria Farmacêutica
Menciona o doi para indicar artigo não publicado	2 (doi.org)								
Menciona o termo para descrever as limitações técnicas da Plataforma Lattes referente ao cadastro de artigos			4 (journal, artigo científico (2), publicação científica)						
Menciona o termo para indicar que o DOI não existe	2 (doi.org, revista científica)								
Menciona o termo para reclamar a não publicação de um artigo				2 (periódico científico, journal)					
Menciona o termo para reclamar a não publicação de um artigo mesmo após o pagamento da taxa	11 (doi.org, artigo científico (4), journal (6))								
Menciona o termo para reclamar sobre a insistência da editora por meio de comunicações convidando o pesquisador para publicar	4 (artigo científico, editora científica (4))								
Menciona o termo para reclamar sobre problemas na comunicação para publicação de um livro	2 (editora científica)								
Menciona o termo para referenciar estudo usado na argumentação da reclamação	1 (journal)	5 (doi.org, journal (4))		2 (doi.org, journal)	4 (journal)	3 (journal)	3 (doi.org, journal (2))	2 (journal)	2 (doi.org, journal)

Fonte: elaboração pelos autores (2026).

Dentre as 8 principais menções, as categorias de empresa que apresentaram mais de uma reclamação, totalizam 9 tipos distintos. Assim, a partir das 72 reclamações, tem-se 49 destacadas na Figura 1. Para uma maior minuciosidade, a partir de cada contagem entre menção ao objeto científico e categoria da empresa, detalhou-se os termos responsáveis por recuperar cada reclamação pública. Destaca-se que a menção ao objeto científico classificada como “Menciona o termo para referenciar estudo usado na argumentação da reclamação” como a mais recorrente com 22 reclamações. Já com relação a categoria de empresa, tem-se aquelas classificadas como “Editora” como a mais profícua em termos de reclamações. Dentre as 22 reclamações oriundas de “Menciona o termo para referenciar estudo usado na argumentação da reclamação”, nota-se uma incidência em 8 das 9 categorias de empresas (única exceção à “Agência pública de fomento”), em que essas reclamações foram concebidas essencialmente a partir de dois termos: “doi.org” e “journal”.

As categorias de empresa mais presentes nesse tipo de menção foram reclamações relacionadas a cooperativas médicas, serviços médicos e operadoras de planos de saúde. Tal fato pode indicar que estudos científicos são percebidos como validadores técnicos de argumentação. Nestes casos, o consumidor utiliza o conhecimento científico para ganhar uma disputa contestando tecnicamente a eficácia de um medicamento ou a necessidade de um procedimento negado, caracterizando um uso prático e social da ciência. Esse fenômeno evidencia um possível uso utilitário do conhecimento científico, alinhando os dados do RA aos propósitos dos provedores altmétricos que buscam capturar o impacto social da pesquisa (Priem *et al.*, 2010; Bornmann, 2014; Sugimoto *et al.*, 2017)."

Ainda com relação ao tipo de menção, importa destacar 11 reclamações que “Menciona o termo para reclamar a não publicação de um artigo mesmo após o pagamento da taxa”, todas advindas da categoria “Editora” recuperadas a partir

do termo “doi.org”. Esse resultado revela a não entrega ou atraso de um serviço das editoras, em que autores pagaram taxas de publicação e tiveram atrasos de suas publicações e encontraram no RA a oportunidade de externalizar suas insatisfações. Neste caso, tem-se a percepção (reforço) do processo de produção científica enquanto mercado consumidor, nestes casos, o objeto científico é tratado como um serviço de consumo não entregue. Em contrapartida, nas interações com editoras, o objeto científico afasta-se do seu papel de evidência acadêmica e é reduzido estritamente a um produto, inserindo-se na dinâmica de comportamento do consumidor e gestão de reclamações (Molina; Pepece, 2018).

Destaca-se que a maioria das empresas resolveram os problemas junto aos reclamantes. Desta maneira, a categoria de empresa “Editora”, configura-se com maior número de reclamações (com mais de uma reclamação). Esta categoria incide sobre 6 dos 8 tipos de menções, em que para além das 11 reclamações já mencionadas, destaca-se “Menciona o termo para reclamar sobre a insistência da editora por meio de comunicações convidando o pesquisador para publicar”. No contexto acadêmico, esse tipo de queixa é recorrente e advém de veículos que buscam reproduzir textos acadêmicos já publicados, em que diversas vezes, gerando *spam* (termo utilizado por um dos reclamantes) em endereços de e-mail de pesquisadores.

Além do mais, é possível evidenciar reclamações que “Menciona o termo para descrever as limitações técnicas da Plataforma Lattes referente ao cadastro de artigos”, exclusivamente relacionadas a “Agência pública de fomento” (CNPq, neste caso). As reclamações versam, essencialmente, sobre a dificuldade na utilização de uma plataforma predominantemente de cunho científico-acadêmico. Tal fato revela que o pesquisador, ao encontrar barreiras nos sistemas oficiais de registro de produção, recorre a instâncias externas de defesa para expor questões relacionadas a infraestrutura da plataforma.

4 CONSIDERAÇÕES

O estudo apresentou uma análise a respeito da plataforma RA enquanto potencial fonte de informações altmétricas a partir da análise de menções a objetos científicos recuperados por termos diversos. Foram encontrados 73 resultados considerados válidos que versavam diretamente a objetos científicos das quais, identificou-se 25 menções a objetos científicos advindos de 20 categorias de empresas distintas. Após exploração dos dados, foram destacadas 49 reclamações a partir de 8 menções a objetos científicos distintos e de 9 tipos distintos de empresas, por terem 2 ou mais reclamações registradas.

Os resultados evidenciam que o RA se apresenta como potencial canal altmétrico ao permitir a observação da circulação de objetos científicos. Pode-se observar que a circulação da ciência não ocorre de forma homogênea, revelando duas dinâmicas distintas: de um lado, ela atua como instrumento de legitimação e autoridade técnica (na saúde); de outro, manifesta-se estritamente como um produto de consumo e prestação de serviço inerente ao mercado editorial.

A diversidade de categorias empresariais e tipos de menção sugere a capacidade da plataforma em captar dimensões de impacto científico e social não contempladas. Apesar da necessidade de curadoria manual e limitações de coleta, o RA mostra-se uma fonte promissora para análises altmétricas no contexto brasileiro, visto que a plataforma permite interações dos usuários nas reclamações, avaliação de empresas e relacionamento entre empresa e usuários, além de reações. Por fim, reconhece-se a limitação dos termos escolhidos para busca e almeja-se enquanto trabalhos futuros a expansão desses termos, além da mensuração de dados como reações e interações sociais entre usuários, para que se tenha um retrato ainda mais fidedigno da plataforma enquanto meio de circulação de informação científica e canal altmétrico.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES), no âmbito do Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE), Processo nº 88881.125548/2025-01.

REFERÊNCIAS

AGUILLO, I. F. Altmetrics of the open access institutional repositories: a webometrics approach. **Scientometrics**, Cham, v. 123, n. 1, p. 491–504, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/S11192-020-03424-6>. Acesso em: 03 jan. 2026.

AUTORES. **Menções a objetos científicos no site Reclame Aqui** [conjunto de dados]. Zenodo, 2026. Disponível em: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18608940>. Acesso em: 10 fev. 2026.

BARATA, G. Por métricas alternativas mais relevantes para a América Latina. **Transinformação**, Campinas, v. 31, e190031, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/2318-0889201931E190031>. Acesso em: 03 jan. 2026.

BORNMANN, L. Do altmetrics point to the broader impact of research? An overview of benefits and disadvantages of altmetrics. **JOI**, v. 8, n. 4, p. 895–903, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.joi.2014.09.005>. Acesso em: 03 jan. 2026.

MOLINA, A. C.; PEPECE, O. M. C. Plataforma “Reclame Aqui” e o comportamento dos consumidores entre os anos de 2014 até 2016. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 3, n. 1, p. 63–79, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.22478/UFPB.2525-3867.2018V3N1.37580>. Acesso em: 03 jan. 2026.

PRIEM, J.; TARABORELLI, D.; GROTH, P.; NEYLON, C. **Altmetrics: a manifesto**. 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12684249>. Acesso em: 04 fev. 2026.

RECLAME AQUI. RA API – API do Reclame AQUI para todas as plataformas CRM. **Produtos Reclame AQUI**, 2025. Disponível em: <https://produtos.reclameaqui.com.br/lp-api-reclameaqui>. Acesso em: 04 fev. 2026

ROSAS, F. S.; ALMEIDA, C. C.; SILVA, D. D. Indicadores de citação. In: GRÁCIO, M. C. C.; MARTÍNEZ-ÁVILA, D.; OLIVEIRA, E. F. T. de; ROSAS, F. S. (org.). **Tópicos da bibliometria para bibliotecas universitárias**. São Paulo: Cultura Acadêmica; SciELO Books, 2020. p. 94-133. DOI: <https://doi.org/10.36311/2020.978-65-86546-91-0.p94-133>



10° EBBC

Encontro Brasileiro de
Bibliometria e Cientometria



SUGIMOTO, C. R.; WORK, S.; LARIVIÈRE, V.; HAUSTEIN, S. Scholarly use of social media and altmetrics: a review of the literature. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, Hoboken, v. 68, n. 9, p. 2037–2062, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/asi.23833>. Acesso em: 04 fev. 2026.