



O USO DA ALTMETRIA POR EDITORES CIENTÍFICOS

[14 de julho de 2017 Gildenir Carolino Santos](#)

Por Isabela Doraci Cardoso Machado

ORCID ID

[id.orcid.org/0000-0002-1186-5371](https://orcid.org/0000-0002-1186-5371)

O assunto [Métricas Alternativas](#) ou Altmtria é algo relativamente recente, já que começou a ser alvo de discussões em congressos e revistas de pesquisas a partir de 2010. As métricas alternativas nos oferecem dados estatísticos quantitativos acerca da atenção dada a cada artigo da web social. Com a altmtria, pode-se saber o número de citações de um trabalho publicado, seja num tweet ou em uma citação de outro trabalho. Muitas vezes, esses resultados quantitativos precisam de uma avaliação qualitativa, pois só mostram a atenção que foi dada a certo artigo, mas não julgam se esse impacto teve uma boa ou má repercussão. Em sua maioria, os principais utilizadores dessas métricas são os próprios autores, que buscam verificar o impacto causado pelas suas publicações, e também o onde e como estão sendo compartilhadas, o que também proporciona uma comunicação entre os pesquisadores.

De acordo com Eaun Adie (2014), “Usar os dados para descoberta é menos popular entre os editores, talvez por causa das integrações mais complicadas necessárias para suas plataformas.”

Isso mostra a dificuldade apresentada pelos indicadores, já que seus dados, apenas quantitativos, não recuperam a qualidade das informações. Porém, uma das vantagens que a altmetria traz para os editores científicos é saber quais os temas que estão em destaques na sua área, visando futuras publicações. Além disso, a altmetria permite a identificação dos artigos que não estão sendo comentados, de forma que o interessado possa promover uma divulgação específica, gerando maior interação entre editores e autores.

A mestra em biblioteconomia, [Andréa Gonçalves do Nascimento](#) (2016), mostra que a interação do editor científico com as métricas alternativas pode ser melhorada utilizando-se diversos fatores, como: investigar e compreender as plataformas utilizadas pelos leitores do periódico para aumentar a interação com o mesmo; usar o identificador digital único ([DOI](#)) para facilitar a recuperação dos dados pelas ferramentas de altmetria que utilizam esse recurso para rastrear e medir as citações online; incentivar a utilização do [ORCID](#) pelos autores em publicações brasileiras; e maior presença nas redes sociais, aumentando a visibilidade dos artigos.

Os editores científicos têm utilizado muito a [Altmetric.com](#) para adesão da altmetria. Essa plataforma abrange não apenas mídias sociais, como também gerenciadores de referência ([Mendeley](#), [EndNote](#) e [Zotero](#)), além de ainda recuperar qualquer artigo que possua o DOI ([Digital Object Identifier](#)) ou outro identificador padrão. A [Altmetric.com](#) é muito utilizada pela [Elsevier](#) ([Scopus](#)), [Springer](#) e a [SciELO](#).

Embora seja fundamental o uso das métricas como o [índice “h”](#) e do [fator de impacto](#), apenas a altmetria será capaz de contabilizar os dados que são inalcançáveis e antes inexistentes, como comentários e compartilhamentos em redes sociais e blogs.

Em suma, como nos mostra o Professor Mike Thelwall (2014), a altmetria deve ser mais explorada “a fim de obter informações sobre aspectos de pesquisa que anteriormente eram difíceis de alcançar, como na medida em que os artigos de um campo atraem leitores de outros campos ou o valor da publicidade de mídia social para artigos.”

Muitos artigos podem ser mencionados nas mídias sociais sem serem detectados pelas métricas alternativas, muitas ideias podem ser geradas pela leitura de um artigo e postadas sem citar sua origem. Esses pontos podem mudar no futuro, mas mostram o quanto a altmetria é importante para a compreensão e abrangência de publicações

científicas e artigos nas redes sociais, análise essa que ainda é pouco explorada e merece atenção.

Referências

ADIE, E. Taking the alternative mainstream. **EPI**. 2014, v.23, n. 4, p. 349-351.

Disponível em:

<<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2014/julio/01.html>>. Acesso em 13 jul. 2017.

ARAUJO, Ronaldo Ferreira de. Marketing científico digital e métricas alternativas para periódicos: da visibilidade ao engajamento. **Perspect. ciênc. inf., Belo Horizonte**, v. 20, n. 3, p. 67-84, set. 2015. Disponível em

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362015000300067&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 13 jul. 2017.

BORREGO, A. Altmétricas para la evaluación de la investigación y el análisis de necesidades de información. **EPI**. 2014, v. 23, n. 4, p. 352-358. Disponível em:

<<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2014/julio/02.html>>. Acesso em 13 jul. 2017.

GOUVEIA, Fábio Castro. A altmetria e a interface entre a ciência e a sociedade. **Trab. educ. saúde**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 3, p. 643-645, dez. 2016. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-77462016000300643&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 13 jul. 2017.

NASCIMENTO, Andréa Gonçalves do. **Editores científicos e as métricas alternativas**. 2016. Apresentação em PPT. Disponível em:

<<https://www.abecbrasil.org.br/novo/2016/06/editores-cientificos-e-as-metricas-alternativas/>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

SPINAK, E. O que podem nos fornecer as “métricas alternativas” ou altmetrias [online]. **SciELO em Perspectiva**, 2014. Disponível em:

<<http://blog.scielo.org/blog/2014/08/07/o-que-podem-nos-fornecer-as-metricas-alternativas-ou-altmetrias/>>. Acesso em 13 jul. 2017.

THEWALL, M. A brief history of altmetrics. **Research Trends**, n. 37, p. 3-5, jun. 2014. Disponível em:

<http://www.researchtrends.com/wpcontent/uploads/2014/05/Research_Trends_Issue_37.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2017.