

Altmetrics in Altmetric platform: an interview with Stacy Konkiel

Janinne Barcelos

Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), Brasília, DF, Brasil
janbarcelos@hotmail.com

Diego José Macedo

Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), Brasília, DF, Brasil
diegojmacedo@gmail.com

João de Melo Maricato

Universidade de Brasília, Faculdade de Ciência da Informação, Brasília, DF, Brasil
jmmaricato@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.26512/rici.v13.n1.2020.28870>

Recebido/Recibido/Received: 2019-11-20

Aceitado/Aceptado/Accepted: 2019-12-27

Abstract: Through the interview granted by the researcher and director of research relations at Digital Science, Stacy Konkiel, company in charge of the platform Altmetric, the emergent area of altmetrics is discussed as well as the new paths for research impact assessment of Social Web, the changes in the systems of scientific information mediation, the public engagement with science and technical issues on the use and limitations of the Altmetric platform. This interview is a follow-up of the visit made by the authors to the Altmetric facilities and the discussions held during meeting of the Scientific Communication Research Group of the University of Brasilia (UnB), which took place during the University Week.

Keywords: research evaluation. Informetrics. altmetric indicators. altmetrics.

Altmetria na plataforma Altmetric: uma entrevista com Stacy Konkiel

Resumo: Por meio de entrevista concedida pela pesquisadora e diretora de relações de pesquisa da Digital Science, Stacy Konkiel, empresa responsável pela plataforma Altmetric, discute-se o emergente campo da altmetria, os novos caminhos para avaliação do impacto da pesquisa na Web Social, as mudanças nos sistemas de medição da informação científica, o engajamento público com a ciência e questões técnicas sobre uso e limitações da plataforma Altmetric. Essa entrevista é uma continuidade da visita feita pelos autores às dependências da Altmetric, e das discussões realizadas durante a reunião da aberta do Grupo de Pesquisa Comunicação Científica da Universidade de Brasília (UnB), que ocorreu em sua Semana Universitária.

Palavras-chave: avaliação da pesquisa. estudos métricos. indicadores altmétricos. altmetria.

Altmetría en la plataforma Altmetric: una entrevista con Stacy Konkiel

Resumo: Por medio de entrevista concedida por la investigadora y directora de relaciones de investigación de la *Digital Science*, Stacy Koniel, empresa responsable de la plataforma Altmetric, se discute el emergente campo de los *altmetrics*, los nuevos caminos para la evaluación del impacto de la investigación en la *Web social*, los cambios en los sistemas de medición de la información científica, el compromiso público con la ciencia y cuestiones técnicas sobre el uso y las limitaciones de la plataforma Altmetrics. Esta entrevista es una continuación de la visita que hicieron los autores a las instalaciones de la Altmetric y de las discusiones realizadas durante la reunión abierta del Grupo de Investigación Comunicación Científica de la Universidad de Brasilia (UnB), que ocurrió durante su Semana Universitaria.

Palabras clave: evaluación de investigación. estudios métricos. indicadores altmétricos. *altmetrics*.

1 Introduction

For years measuring the impact of publications has been fundamental in evaluating research. However, it is obvious that the methods for evaluation and the meaning of what is impact have changed dramatically in the last decade. As digital publishing has surpassed print publishing, the quantitative assessment through bibliometric indicators has gained the space of qualitative assessment, which is carried out by peer review. Therefore, evaluating research for the number of citations in scientific and technological documents systematized in citation indexes, with emphasis on the h-Index, *Journal Impact Factor* (JIF) and *CiteScore*, have become every day more common.

Consequently, the use of these measures has caused a lot of controversy in academia since the *Science Citation Index* (SCI), created by Eugene Garfield in 1964, was used for controversial evaluations. Despite being the forerunner of the current JIF and recognizing the use capacities of citation indicators, Garfield stresses that they have inherent shortcomings, like any quantitative indicator, being the most obvious ones at the individual level (GARFIELD; WELLJAMS-DOROF, 1992). Traditionally, consolidated metric studies of information – notably Bibliometrics and Scientometrics – are based on the premise that the impact caused by scientific production may be shown by approaches concerning citation counting. Namely, the number of times an academic production has been cited in other papers is a well-established parameter for evaluating and inferring the relevance and quality of a scientific journal.

Even though citation counting is a systematic and useful approach to metric studies of information, it has been agreed that it is not able of capturing all aspects of scientific communication (SALINAS; CLAVIJO; CONTRERAS, 2013). Besides, citations in scientific articles are provided for several reasons and, quite often, questionable ones. Moreover, a citation and its respective indexes – although relevant – are obviously only a small part of the impact of products resulting from scientific activity. Furthermore, the impact of a publication should reflect not only the degree of influence it exerts within the academia, but also in society.

In addition to extensive discussions about what should be an impact measure, a great deal of arguments has been deployed about the use of social media for communication and dissemination of academic research results. Among the most recurring discussions are: 1) broadening the debates with effective participation of the general public (since these media are built collaboratively); 2) the opportunity to change those media into impact and visibility tools and; 3) the new possibilities of impact measurement, starting from the premise that digital footprints left on social media allow measuring, studying, comparing and analyzing social aspects of communication flow and scientific dissemination (BIK; GOLDSTEIN, 2013).

Due to the appearance and advancement of information and communication technologies, several academic products migrated to the web. Because of that, the trails left by users in interactions between systems and products - previously invisible - began to be recorded and more easily collected and analyzed, going far beyond the citations. For many researchers, in addition to the new possibilities of communication with different audiences in open social media such as Facebook, Twitter, LinkedIn, Sin Weibo, Wikis and blogs, online readers' behavior, interactions with content on the network and the mentions made in these media are all relevant indicators for research impact assessment (ROEMER; BORCHARDT, 2012, 2015; SUD; THELWALL, 2014).

The use of these tools is increasingly becoming commonplace to comment on relevant issues for a specific investigation area on everyday research activities, to discuss published literature, to create custom profiles, to download and to store publications on cloud library. This allowed the emergence of powerful new measurement and evaluation systems able to complement traditional bibliometric indicators. In this context, in 2010, the area called altmetrics arises, with the expectation of studying and producing attention metrics of academic products from trails left on social media.

The altmetrics movement began with a Jason Priem's post on Twitter at the University of North Carolina, United States, in 2010, and then with the publication of Priem's manifesto and collaborators¹. In this manifesto, the authors talk mainly about two problems: 1) the difficulty of researchers to keep up with the large volume of results published today, making difficult the task to filter the "most relevant and meaningful sources" to read and; 2) the obvious need to understand the various types of impact, including the social one.

Since then, there has been a growing movement around altmetrics, sometimes called "alternative metrics" in national and international studies. Among published researches on this subject there are different types of speculation about its tools, applications, the robustness of indicators, semantic variations of the term, historical context, why and when to use it, what altmetrics effectively measures, and intersections between altmetrics and other metrics.

Now and then, altmetrics has been considered as a field that deals with the analysis, production, and use of scientific and technological indicators, based on tools that capture information from multiple sources. Based on the premise that socialized research results on social media generate actions and interactions of a wide variety of social actors and new ways of relationship between digital objects and people, altmetrics counts on types of indicators

¹ Available on: <http://altmetrics.org/manifesto/>.

that measure another complementary type of citation, engagement and impacts of academic outputs (MARICATO; MARTINS, 2017, p.8).

As the studies multiply, altmetrics has raised many doubts and issues about its legitimacy, mainly due to the fact it uses “informal” tools to measure the impact of science, which until today was based on essentially formal communications. Even though in Brazil there is an acknowledgment of the significant advancement in studies on this thematic, it is apparent the lack of an expressive and formalized discourse, a consensual understanding of the concept and even the technical knowledge for application.

This year, postgraduate students at the Faculty of Information Science, University of Brasilia (FIC/UnB), Janinne Barcelos and Diego Macedo, visited Altmetric facilities (currently considered the most widely covered platform for altmetric assessments) to talk to the director of research relations Stacy Konkiel and the director of client operations Natalia Madjarevic. Information Science librarians and researchers in England both helped answering some of the common doubts about altmetrics and the use of the Altmetric platform.

This interview is a follow-up of the dialogue initiated by the post-graduate students during the visit, as well as the discussions held during meeting of the Scientific Communication Research Group of the University of Brasilia, which took place at the University of Brasilia during the University Week, on October 26, 2019, under the coordination of professors João de Melo Maricato and Jayme Leiro Vilan Filho.

2 Interview

2.1 What is altmetrics and what does it measure?

Konkiel - Altmetrics are metrics and qualitative data from the Web that measure the attention and engagement that research receives in newspapers, policy documents, patents, social media, blogs, and other online sources.

2.2 What altmetrics are useful for?

Konkiel - Altmetrics help you understand who is talking about research online and what they are saying. This can be helpful when understanding the success of public engagement and community outreach for research projects. In some cases, they can also help you understand how research is being put into practice—what some people consider to be true “research impact”. For example, the commercialization of research can be understood by analyzing how it is cited in patents.

2.3 What does social impact of research mean in terms of altmetrics?

Konkiel - I've always understood "social impact" to mean whether research is changing public perceptions, and whether it's making a positive difference in the lives of individuals. For example, if research around climate change is being talked about by everyday people and referenced in national safety guidelines for architecture, then you might argue that it has social impact.

You can measure those kinds of social impact with altmetrics. Using the same example, social media mentions for a journal article or citations of the article in public policy documents—both kinds of altmetrics—are evidence of its social impact.

2.4 What are the major differences between webometrics and altmetrics?

Konkiel - It mostly boils down to reach versus impact. One of the most popular kinds of webometrics data, usage statistics, are helpful in understanding how often a piece of research has been accessed by looking at pageviews and downloads. However, they cannot tell you how the research is being used, or who is talking about it online, which are arguably more helpful for understanding the influence of research.

2.5 Do academic marketing and altmetrics have any (positive) influence on research evaluation? How?

Konkiel - In the US, an increasing number of universities are making "community engagement" a requirement for tenure; researchers must do outreach to the community to bring their work into the public sphere. In that scenario, it can be helpful for researchers to promote their work online and use altmetrics to understand how successful their engagement strategies have been. The jury is definitely still out on the usefulness of altmetrics in research evaluation overall. One of the most comprehensive recent studies of research evaluation, the Metric Tide report, argued that altmetrics might be useful as part of a broader "basket of metrics" approach to understanding research impact. The report also included a rule of thumb for the use of metrics in research evaluation that should apply to citation-based metrics in addition to altmetrics: that metrics should support, not supplant expert peer review.

2.6 How do you see the role of the researcher and institutions in the dissemination/diffusion of research?

Konkiel - The researcher has arguably the most important role to play. She can choose whether or not to write in clear language that makes her work legible for broader audiences, promote her work on social media so others can learn about it, or engage with members of the community to bring her work to the public sphere.

Institutions are also very important here. Many of the top institutions remain in the public eye because they are able to devote resources to helping researchers share their work with policymakers and the media. Some universities even offer press training and prepare press releases for their academics. This kind of institutional support can have a major impact on getting the word out about a study.

2.7 Can Altmetric be considered a scientific database? What does it cover?

Konkiel - Altmetric is not a traditional database. We don't endeavor to index all research that's ever been published in particular disciplines or journals. Instead, Altmetric aims to index all research that's been mentioned in one of the many sources that we track. We cover not only journal articles but also books and book chapters, data sets, clinical trials, and many other kinds of research outputs.

2.8 What is the formula to count data for altmetrics? How is it calculated on the Altmetric platform?

Konkiel - In general, the process works like this: Altmetric has a list of domains we know to track (e.g. "nature.com"). Every time we see that a link to that domain is shared in a source we track (we call this a "mention"), we use bots to follow that link and check the webpage meta tags to look for the presence of a persistent identifier (e.g. a DOI, PubMed ID, Handle, etc.). If we find a persistent identifier, then we add that mention to our database in association with the research output that's mentioned. The collated mention data then appears on the Altmetric Details Page for the research output. In some cases, like tracking mentions of research in news or public policy, the process for tracking mentions is slightly different. More information about how we track mentions can be found on our Support portal.

2.9 How can we get altmetrics data without DOI?

Konkiel - A lot of researchers share their work in venues that don't issue DOIs. That's why we track a number of different persistent identifiers, including PubMed IDs, Arxiv IDs, and Handles. Researchers can typically find altmetrics for their work by checking the publisher or repository webpage. We work with a number of journals and institutional repositories to help them add our data to their websites in the form of Altmetric badges; if your publisher or repository doesn't offer Altmetric badges, contact them to ask them to consider offering it. Tech-savvy researchers can also use the Altmetric badge builder to add Altmetric badges to their personal websites, in order to showcase the influence of their work to others. The personal Altmetric badge builder works with a lot of persistent identifiers beyond DOIs.

2.10 How are the sources that are indexed on the Altmetric platform selected?

Konkiel - Altmetric selects sources based on a number of factors that include how widely the platform is used, how often research is mentioned in a source, whether there's demand for the data, and whether it's technically feasible to gather data from the site. In some cases, widely-used platforms aren't designed to share data on how often research has been mentioned. A great example of this is WeChat, a Chinese messaging app. There's a lot of demand for WeChat data in Altmetric and we'd love to provide it, but it's not technically possible because WeChat messages are usually private and encrypted.

2.11 How is the idea of impact linked between Altmetric and Dimensions platform?

Konkiel - Altmetric and Dimensions share a broader view of research impact than many traditional databases do. Altmetric understands that research in its many forms is used by many different stakeholders throughout its life, and we aim to capture those interactions with research to get a better, more holistic understanding of research impact after it's been published than citations alone can provide. Dimensions starts even earlier in the research lifecycle. Dimensions connects grant funding and clinical trials to their later resulting publications, citations, and patents, giving the community a much broader sense of the impact of a single idea, from funding to publication.

2.12 Most of Altmetric sources are English speaking. So, are altmetrics in South America feasible, once our main languages are Portuguese and Spanish?

Konkiel - That's a great question! I do think altmetrics in South America are feasible. South America has been at the forefront of one of the most important scholarly communication revolutions of our time, Open Access, and we've similarly seen a great deal of interest in altmetrics from our colleagues in the region. It's true that many of the sources we track are English language, but that may be less important than you think. Research has actually found that in language-neutral altmetrics sources like Facebook and Twitter (both used heavily in nearly all countries worldwide), English-language research is more likely to be shared than Portuguese or Spanish-language research. I'm guessing that's because English is spoken in more countries worldwide than Spanish or Portuguese—if you can't understand the content of a paper, you may be less likely to share it on social media. That said, we're always looking to expand our coverage of sources in Spanish and Portuguese! We'd welcome your readers to send suggestions to info@altmetric.com for us to consider.

3 Final remarks

In the dialogue with the director of research relations, Stacy Konkiel, we sought to identify some of the concepts that guide the production of indicators at Altmetric. The interview script, based on the discussions that happened during an open meeting of the Scientific Communication Research Group, held at the University Week of the University of Brasilia (UnB), on October 26, 2019, addressed issues involving technical and application aspects, as well as her vision and concepts on altmetrics and social impact.

Furthermore, one of Konkiel's noteworthy remarks is that Altmetric currently uses several other persistent identifiers, not just the DOI as it was at the beginning of the database in 2012. Today, Altmetric harvesting also considers PubMed IDs, Arxiv IDs, Handles, ADS IDs, RePEC IDs, URNs, and ISBNs. From the interview, it is also evident that the activities managed in the Altmetric platform are guided by at least three fundamental concepts. The first one concerns Konkiel's definition of altmetrics as "qualitative web metrics and data that measure the attention and engagement that research receives in newspapers, policy documents, patents, social media, blogs and other online sources".

The second concept involves the usefulness of the field. According to Konkiel, "altmetrics helps you understand 'who' and 'what' is being said about research in the online environment. This can be useful for verifying the success of public involvement and the scope of research projects in society". The latter extends to the meaning of social impact, understood by the interviewee as "the changes that research causes in the audience perceptions and whether it is making a positive difference in people's lives". That is, at Altmetric, social impact is a more holistic understanding of the impact that involves, beyond citations, the reach of research outside the walls of academia.

A altmetria na plataforma Altmetric: uma entrevista com Stacy Konkiel

1 Introdução

Por anos a medição do impacto das publicações tem sido fundamental para avaliação de pesquisas. Mas é evidente que os métodos para avaliação e o próprio significado do que vem a ser impacto mudaram drasticamente na última década. Assim como a publicação digital ultrapassou a publicação impressa, a avaliação quantitativa por meio de indicadores bibliométricos tem ganhado o espaço da avaliação qualitativa, feita pela revisão dos pares. Torna-se cada vez mais comum avaliar uma pesquisa pelo número de citações em documentos científicos e tecnológicos sistematizados em índices de citação, havendo destaque para o Índice H, *Journal Impact Factor (JIF)* e *CiteScore*.

Com efeito, o uso destas medidas tem causado muitas polêmicas na academia, desde que o *Science Citation Index* (SCI), criado por Eugene Garfield em 1964, passou a ser utilizado para avaliações controversas. Garfield, apesar de ser criador do precursor do atual JIF, e reconhecer as potencialidades dos usos de indicadores de citação, salienta que eles têm limitações inerentes, como qualquer indicador quantitativo, sendo as mais óbvias no nível individual (GARFIELD; WELLJAMS-DOROF, 1992). Tradicionalmente, os estudos métricos da informação consolidados – com destaque para a Bibliometria e a Cientometria – estão apoiados na premissa de que o impacto provocado por produções científicas pode ser evidenciado por abordagens relacionadas à contagem de citações. Isto é, o número de vezes que uma produção acadêmica foi citada em outros artigos é um parâmetro consagrado para avaliar e inferir a relevância e qualidade de uma revista científica.

Apesar de ser uma abordagem sistemática e útil para os estudos métricos da informação, tem-se concordado que a contagem de citações não é capaz de captar todos os aspectos da comunicação científica (SALINAS; CLAVIJO; CONTRERAS, 2013). Citações em artigos científicos são realizados por motivos diversos e, muitas vezes, questionáveis. Além disso, é evidente que a citação e seus respectivos índices - apesar de relevantes - são apenas uma pequena parte do impacto dos produtos resultantes da atividade científica. Ademais, o impacto de uma publicação deveria refletir não só o grau de influência que ela exerce dentro dos muros da academia, mas também na sociedade.

Somadas às extensas discussões sobre o que de fato deveria constituir uma medida de impacto, muito tem-se argumentado sobre o uso das mídias sociais para comunicação e divulgação de resultados de pesquisas acadêmicas. Entre as discussões mais recorrentes estão: 1) a ampliação dos debates com participação efetiva do público geral (uma vez que estas mídias se constroem de maneira colaborativa); 2) a oportunidade de transformar tais mídias em ferramentas de visibilidade e impacto e; 3) as novas possibilidades de medição do impacto, partindo da premissa de que rastros digitais deixados nas mídia sociais permitem medir, estudar, comparar e analisar aspectos sociais do fluxo de comunicação e divulgação científica (BIK; GOLDSTEIN, 2013).

Com o surgimento e avanço das tecnologias de informação e comunicação, diversos produtos acadêmicos migraram para a web. Diante disso, os rastros deixados pelos usuários nas interações entre sistemas e produtos - que anteriormente eram invisíveis - passaram a ser registrados e passíveis de serem coletados e analisados com mais facilidade, indo muito além das citações. Para diversos pesquisadores, além das novas possibilidades de comunicação com públicos variados em mídias sociais abertas como o Facebook, Twitter, LinkedIn, Sin Weibo, Wikis e blogs, o comportamento do leitor online, as interações com o conteúdo na rede e as

menções feitas nessas mídias são todos relevantes indicadores para avaliação de impacto da pesquisa (ROEMER; BORCHARDT, 2012, 2015; SUD; THELWALL, 2014).

É cada vez mais rotineiro o uso dessas ferramentas para fazer um comentário sobre temas pertinentes à uma área de investigação, sobre atividades cotidianas da pesquisa, para discutir a literatura publicada, a criação de perfis personalizados, o download e armazenamento de publicações em bibliotecas em nuvem. Isso tem oportunizado a emergência de novos sistemas de medição e avaliação poderosos capazes de complementar os indicadores bibliométricos tradicionais. Neste contexto, em 2010, surge a área denominada altmetria, com a expectativa de estudar e produzir métricas de atenção dos produtos acadêmicos a partir de rastros deixados em mídias sociais.

O movimento *altimetrics* começou com uma postagem de Jason Priem no Twitter, da Universidade da Carolina do Norte, Estados Unidos, em 2010, e em seguida com a publicação do manifesto de Priem e colaboradores². Nele, os autores falam principalmente sobre dois problemas: 1) a dificuldade dos pesquisadores “*to keep up*” com o grande volume de resultados publicados nos dias atuais, tornando difícil a tarefa de filtrar “fontes mais relevantes e significativas” para serem lidas e; 2) a óbvia necessidade de se compreender os diversos tipos de impacto, incluindo o social.

Desde então, nota-se um movimento crescente em torno da altmetria, às vezes chamada de “métricas alternativas” em estudos nacionais e internacionais. Entre as pesquisas publicadas sobre tema encontram-se especulações de toda ordem sobre suas ferramentas, aplicações, robustez dos indicadores, variações semânticas do termo, contexto histórico, porque e quando usar, o que a altmetria mede de fato e intersecções entre altmetria e outras métricas.

Por vezes, a altmetria tem sido considerada como um campo que se ocupa da análise, produção e uso de indicadores científicos e tecnológicos, baseando-se em ferramentas que captam informações de múltiplas fontes. Partindo da premissa que resultados de pesquisa socializados em mídias sociais geram ações e interações de uma grande variedade de atores sociais e novas formas de relacionamento entre objetos digitais e pessoas, a altmetria conta com novos tipos de indicadores que medem um outro tipo, complementar, de citação, engajamento e impactos dos outputs acadêmicos (MARICATO; MARTINS, 2017, p. 8).

Ao passo que os estudos se multiplicam, a altmetria tem gerado muitas dúvidas e questões sobre sua legitimidade, principalmente pelo fato de utilizar ferramentas ‘informais’ para medir o impacto da ciência, que até hoje se baseava em comunicações essencialmente

² Disponível em: <http://altmetrics.org/manifesto/>

formais. Embora reconheça-se que há um avanço significativo nos estudos sobre essa temática no Brasil, nota-se a falta de um discurso expressivo e formalizado, de um entendimento consensual do conceito e até mesmo de conhecimentos técnicos para sua aplicação.

Este ano, os acadêmicos de pós-graduação da Faculdade de Ciência da Informação, da Universidade de Brasília (FCI/UnB), Janinne Barcelos e Diego Macedo, visitaram as dependências da Altmetric (considerada atualmente a plataforma com maior cobertura para aferições altmétricas) para conversar com a diretora de relações de pesquisa, Stacy Konkiel e com a diretora de operações do cliente, Natalia Madjarevic. Bibliotecárias e pesquisadoras da Ciência da Informação, na Inglaterra, as duas ajudaram a responder algumas das dúvidas frequentes sobre a altmetria e sobre o uso da plataforma Altmetric.

Essa entrevista dá continuidade ao diálogo iniciado pelos acadêmicos durante a visita, e também às discussões realizadas durante a reunião aberta do Grupo de Pesquisa Comunicação Científica da Universidade de Brasília, que ocorreu na Semana Universitária da UnB, no dia 26 de outubro de 2019, sob a coordenação dos professores João de Melo Maricato e Jayme Leiro Vilan Filho.

2 Entrevista

2.1 O que é altmetria e o que ela mede?

Konkiel - Altmetrias são métricas e dados qualitativos da Web que medem a atenção e o engajamento que a pesquisa recebe em jornais, documentos de políticas, patentes, mídias sociais, blogs e outras fontes *online*.

2.2 Para que a altmetria é útil?

Konkiel - A altmetria ajuda você a entender ‘quem’ e ‘o que’ está sendo falado sobre a pesquisa no ambiente online. Isso pode ser útil para verificar o sucesso do envolvimento público e do alcance de projetos de pesquisa na sociedade. Em alguns casos, ela também pode ajudar a entender como a pesquisa está sendo posta em prática - o que algumas pessoas consideram ser o verdadeiro “impacto da pesquisa”. Por exemplo, a comercialização da pesquisa pode ser entendida analisando-se como as patentes são mencionadas.

2.3 O que significa ‘impacto social da pesquisa’ em termos de altmetria?

Konkiel - Sempre entendi “impacto social” como as mudanças que a pesquisa provoca nas percepções do público e se ela está fazendo uma diferença positiva na vida das pessoas. Se uma pesquisa sobre mudança climática, por exemplo, está sendo discutida por pessoas comuns e referenciada nas diretrizes nacionais de segurança, você pode argumentar que ela

tem impacto social. Com os indicadores altimétricos você pode medir esses tipos de impacto social. Usando o mesmo exemplo, menções de artigo de periódico em mídias sociais ou citações do artigo em documentos de políticas públicas - ambos indicadores altimétricos - são evidências de seu impacto social.

2.4 Quais são as principais diferenças entre a webometria e a altmetria?

Konkiel - Tudo se resume a alcance versus impacto. Um dos tipos mais populares de dados da webometria, as estatísticas de uso, são úteis para entender com que frequência uma parte da pesquisa é acessada, observando visualizações de página e *downloads*. No entanto, estes indicadores não podem dizer como a pesquisa está sendo usada ou quem está falando sobre a pesquisa no ambiente *online*, o que é sem dúvida mais útil para entender a influência da pesquisa.

2.5 O marketing científico e a altmetria têm alguma influência (positiva) na avaliação da pesquisa? Como?

Konkiel - Nos Estados Unidos, um número crescente de universidades está tornando o “envolvimento da sociedade” um requisito para a permanência; os pesquisadores devem se aproximar da comunidade e levar seu trabalho para a esfera pública. Nesse cenário, pode ser útil para os pesquisadores promover seu trabalho online e usar a altmetria para entender o sucesso de suas estratégias de engajamento. Definitivamente, o júri ainda não se pronunciou sobre a utilidade da altmetria na avaliação geral da pesquisa. Um dos estudos recentes mais abrangentes sobre avaliação de pesquisas, o relatório *The Metric Tide*³, argumenta que a altmetria pode ser útil como uma abordagem mais ampla do “leque de métricas” para entender o impacto da pesquisa. O relatório também incluiu uma regra de ouro para o uso de indicadores na avaliação de pesquisa que deve ser aplicada tanto nas métricas baseadas em citação, quanto na altmetria: essas métricas devem apoiar, e não suplantar a revisão por especialistas.

2.6 Como vocês veem o papel do pesquisador e das instituições na divulgação/disseminação da pesquisa?

Konkiel - Indiscutivelmente, o pesquisador tem o papel mais importante a desempenhar. Ele pode optar por escrever, ou não, em uma linguagem clara que torne a pesquisa legível para um público mais amplo, pode divulgar seu trabalho nas mídias sociais para que outras pessoas

³ Disponível em: <https://responsiblemetrics.org/the-metric-tide/>

possam aprender sobre o assunto ou se envolver com membros da sociedade para levar seu trabalho para a esfera pública. As instituições também são muito importantes aqui. Muitas das principais instituições continuam visíveis para o público porque são capazes de dedicar recursos para ajudar os pesquisadores a compartilhar seus trabalhos, tanto com os formuladores de políticas, quanto com a mídia. Algumas universidades oferecem treinamento de imprensa e preparam comunicados de imprensa para seus acadêmicos. Esse tipo de apoio institucional pode ter um grande impacto na divulgação de um estudo.

2.7 A Altmetric pode ser considerada uma base de dados científica? O que ela cobre?

Konkiel - A Altmetric não é um banco de dados tradicional. Não nos esforçamos para indexar todas as pesquisas já publicadas em disciplinas ou periódicos específicos. Em vez disso, a Altmetric busca indexar todas as pesquisas mencionadas nas fontes que rastreamos (como Facebook, Twitter, LinkedIn, IIFI CLAIMS, cerca de nove mil *blogs*, mais dois mil *sites* de notícias, etc.). Nós cobrimos não apenas artigos de periódicos, mas também livros e capítulos de livros, conjuntos de dados, ensaios clínicos e muitos outros tipos de resultados de pesquisa.

2.8 Qual é a fórmula usada para calcular dados altmétricos? Como isso é feito na plataforma Altmetric?

Konkiel - Falar sobre nossas práticas de coleta de dados pode ser difícil. Coletamos dados de várias maneiras em todas as 17 fontes e existem muitas ressalvas e complicações, para cobrir em uma entrevista. Mas no geral, o processo funciona assim: a Altmetric possui uma lista de domínios de nosso conhecimento para rastrear (por exemplo, "nature.com"). Sempre que vemos que um *link* para esse domínio é compartilhado em uma das fontes que rastreamos (chamamos isso de "menção"), usamos *bots* para seguir esse *link* e verificamos as *metatags* da página da web para procurar a presença de um identificador persistente (por exemplo, um DOI, ID PubMed, Handle, etc.). Se encontrarmos um identificador persistente, adicionamos essa menção ao nosso banco de dados em associação com a saída da pesquisa mencionada. Os dados de menção daquele output de pesquisa são exibidos de maneira agrupada na *Altmetric Details Page*. Em alguns casos (como buscar menções de pesquisas em sites de notícias ou políticas públicas) o processo de rastreamento é um pouco diferente. Mais informações sobre como rastreamos as menções podem ser encontradas em nosso portal de suporte.

2.9 Como são selecionadas as fontes indexadas na plataforma Altmetric?

Konkiel - A Altmetric seleciona fontes com base em vários fatores, incluindo: quanto amplamente a plataforma é usada, com que frequência a pesquisa é mencionada em uma fonte, se há

demandas pelos dados e se é tecnicamente viável coletar dados daquele site. Em alguns casos, as plataformas amplamente usadas não foram projetadas para compartilhar dados sobre a frequência com que a pesquisa foi mencionada. Um ótimo exemplo disso é o WeChat, um aplicativo de mensagens chinês. Há muita demanda por dados do WeChat na Altmetric e adoraríamos fornecê-los, mas não é tecnicamente possível porque as mensagens do WeChat geralmente são privadas e criptografadas.

2.10 Como está *linkada* a ideia de impacto entre a plataforma Altmetric e Dimensions?

Konkiel - A Altmetric e a Dimensions compartilham uma visão mais ampla sobre impacto da pesquisa do que muitos bancos de dados tradicionais. A Altmetric entende que a pesquisa em suas diversas formas é usada por muitos atores ao longo de sua vida, e seu objetivo é capturar essas interações com a pesquisa publicada para obter uma compreensão melhor e mais holística do que as citações podem fornecer. A Dimensions atua ainda mais cedo no ciclo de vida da pesquisa. Ela conecta o financiamento concedido e os ensaios clínicos às suas publicações, citações e patentes resultantes, dando à comunidade uma noção mais completa do impacto, que vai desde o financiamento até a publicação.

2.11 Como podemos obter dados altmétricos sem um DOI?

Konkiel - Muitos pesquisadores compartilham seus trabalhos em locais que não emitem DOI. É por isso que rastreamos vários identificadores persistentes, incluindo ID do PubMed, ID do Arxiv e Handles. Normalmente, pesquisadores podem encontrar dados altmétricos de seus trabalhos verificando a página do editor ou do repositório (trabalhamos com vários periódicos e repositórios institucionais para ajudá-los a adicionar dados altmétricos em seus sites na forma *badges*; caso o editor ainda não os ofereça, você pode contatá-los e pedir considerem a possibilidade). Pesquisadores com experiência em tecnologia, com interesse em mostrar a influência de seu trabalho para outras pessoas, também podem usar o Altmetric *badge builder*⁴ para adicionar *badges* em seus sites pessoais. O Altmetric *badge builder* trabalha com muitos identificadores persistentes além de DOI.

2.12 A maioria das fontes da Altmetric são de língua inglesa. Então, a altmetria na América do Sul seria viável, uma vez que nossos principais idiomas são o português e o espanhol?

Konkiel - Essa é uma ótima pergunta! Sim, a altmetria na América do Sul é viável. A América do Sul esteve na vanguarda de uma das revoluções mais importantes da comunicação científica

⁴ Disponível em: <http://api.altmetric.com/embeds.html>

de nosso tempo, o *Open Access* (Acesso Aberto). Além disso temos notado muito interesse em altmetria por parte dos colegas dessa região. É verdade que muitas das fontes que rastreamos são do idioma inglês, mas isso pode ser menos importante do que pensam. Estudos já descobriram que, em fontes altmétricas com neutralidade de idioma, como o Facebook e o Twitter (ambas usadas em quase todos os países do mundo), é mais provável que a pesquisa em inglês seja compartilhada do que a pesquisa em português ou espanhol (à saber, Alperin (2015)). Penso que é porque o inglês é falado em mais países do que o espanhol ou o português. Então, se não consegue entender o conteúdo de um artigo, é menos provável que o compartilhe nas mídias sociais. Dito isto, estamos sempre buscando expandir nossa cobertura de fontes em espanhol e português! Todos os seus leitores são bem-vindos para enviar sugestões de novas fontes para info@altmetric.com para que possamos considerar.

3 Considerações finais

No diálogo com a diretora de relações de pesquisa, Stacy Konkiel, buscou-se identificar alguns dos conceitos que orientam a produção dos indicadores na Altmetric. O roteiro da entrevista, baseado em discussões realizadas durante reunião aberta do Grupo de Pesquisa Comunicação Científica, realizado na Semana Universitária da Universidade de Brasília (UnB), no dia 26 de outubro de 2019, abordou questões que envolvem aspectos técnicos e de aplicação, além de sua visão e conceitos sobre altmetria e impacto social.

Uma das observações de destaque feitas por Konkiel é que atualmente a Altmetric se utiliza de vários outros identificadores persistentes, e não apenas o DOI como era no início da base, em 2012. Hoje, o *harvesting* da Altmetric considera também os ID do PubMed, do Arxiv, do Handles, ADS, RePEC, URN, e ISBN. A partir da entrevista, evidencia-se também que as atividades geridas na plataforma Altmetric são norteadas por, pelo menos, três conceitos basais. O primeiro deles diz respeito à definição de altmetria, entendida por Konkiel como “métricas e dados qualitativos da Web que medem a atenção e o engajamento que a pesquisa recebe em jornais, documentos de políticas, patentes, mídias sociais, blogs e outras fontes *online*”.

O segundo conceito, envolve a utilidade do campo. Segundo Konkiel “a altmetria ajuda você a entender ‘quem’ e ‘o que’ está sendo falado sobre a pesquisa no ambiente *online*. Isso pode ser útil para verificar o sucesso do envolvimento público e do alcance de projetos de pesquisa na sociedade”. O último, estende-se ao significado de impacto social, entendido pela entrevistada como “as mudanças que a pesquisa provoca nas percepções do público e se ela está fazendo uma diferença positiva na vida das pessoas”. Ou seja, na Altmetric, o impacto

social trata-se de uma compreensão mais holística de impacto que envolve, além das citações, o alcance da pesquisa fora dos muros da academia.

Los altmetrics en plataforma Altmetric: una entrevista con Stacy Konkiel

1 Introducción

Hace años la medición del impacto de las publicaciones ha sido fundamental para la evaluación de investigaciones. Sin embargo, es evidente que los métodos para la evaluación y el propio significado de lo que viene a ser “impacto” han cambiado de manera drástica en la última década. Del mismo modo como la publicación digital superó la publicación impresa, la evaluación cuantitativa por medio de indicadores bibliométricos ha ganado el terreno de la evaluación cualitativa, hecha por la revisión por pares. Se vuelve cada vez más común evaluar una investigación por el número de citas en documentos científicos y tecnológicos sistematizados en índices de citas, entre los cuales se destacan el índice H, el *Journal Impact Factor* (JIF) y el *CiteScore*.

De hecho, el uso de esas medidas ha causado muchas polémicas en la academia, desde que el *Science Citation Index* (SCI), creado por Eugene Garfield en 1964, pasó a ser utilizado para evaluaciones controversiales. Garfield, pese a ser el creador del precursor del actual JIF y a reconocer las potencialidades de los usos de indicadores de citas, enfatiza que ellos tienen limitaciones inherentes, como cualquier indicador cuantitativo, siendo las más obvias a nivel individual (GARFIELD; WELLIAMS-DOROF, 1992). Tradicionalmente, los estudios métricos de la información ya consolidados – destacadamente la Bibliometría y la Cienciometría – se apoyan en la premisa de que el impacto provocado por producciones científicas puede evidenciarse por medio de abordajes relacionadas con el conteo de citas. Es decir, el número de veces en que una producción académica fue citada en otros artículos es un parámetro consagrado para evaluar e inferir la relevancia y la calidad de una revista científica.

Aunque sea un abordaje sistemático y útil para los estudios métricos de la información, se ha coincidido en que el conteo de citas no es capaz de captar todos los aspectos de la comunicación científica (SALINAS; CLAVIJO; CONTRERAS, 2013). Se hacen citas en artículos científicos por diversas razones, muchas veces cuestionables. Además de eso, es evidente que la cita y sus respectivos índices – a pesar de ser relevantes – son solo una pequeña parte del impacto de los productos resultantes de la actividad científica. Asimismo, el impacto de una publicación debería reflejar no solo el grado de influencia que ejerce dentro de los muros de la academia, pero también en la sociedad.

Añadidas a las largas discusiones sobre lo que, de hecho, debería constituir una medida de impacto, mucho se ha argumentado sobre el uso de los medios sociales para la comunicación y la

divulgación de resultados de investigaciones académicas. Entre las discusiones más recurrentes están: 1) la ampliación de los debates con participación efectiva del público general (una vez que esos medios se construyen de manera colaborativa); 2) la oportunidad de transformar dichos medios en herramientas de visibilidad e impacto y; 3) las nuevas posibilidades de medición del impacto, partiendo de la premisa de que rastros digitales dejados en los medios sociales permiten medir, estudiar, comparar y analizar aspectos sociales del flujo de comunicación y divulgación científica (BIK; GOLDSTEIN, 2013).

Con el surgimiento y el avance de las tecnologías de información y comunicación, diversos productos académicos migraron hacia la *Web*. Frente a eso, los rastros dejados por los usuarios en las interacciones entre sistemas y productos – los cuales anteriormente eran invisibles – pasaron a ser registrados, con la posibilidad de ser recolectados y analizados con más facilidad, yendo mucho más allá de las citas. Para diversos investigadores, además de las nuevas posibilidades de comunicación con públicos variados en medios sociales abiertos como Facebook, Twitter, LinkedIn, Sin Weibo, Wikis y *blogs*, el comportamiento del lector *online*, las interacciones con el contenido en la red y las menciones hechas en esos medios, todos son indicadores relevantes para la evaluación del impacto de la investigación (ROEMER; BORCHARDT, 2012, 2015; SUD; THELWALL, 2014).

Es cada vez más rutinario el uso de esas herramientas para hacer un comentario sobre temas pertinentes a un área de investigación, sobre actividades cotidianas de la investigación, para discutir la literatura publicada, la creación de perfiles personalizados, la descarga y el almacenamiento de publicaciones en bibliotecas en la nube. Eso ha posibilitado la emergencia de nuevos sistemas de medición y evaluación poderosos, capaces de complementar los indicadores bibliométricos tradicionales. En ese contexto, en 2010 surgieron los *altmetrics*, con la expectativa de estudiar y producir medidas de atención de los productos académicos a partir de rastros dejados en medios sociales.

El movimiento *altmetrics* empezó con una publicación en Twitter de Jason Priem, de la Universidad de Carolina del Norte, Estados Unidos, en 2010 y, a continuación, con la publicación del manifiesto de Priem y colaboradores⁵. En él, los autores hablan principalmente sobre dos problemas: 1) la dificultad de los investigadores de mantenerse al día con el gran volumen de resultados publicados en la actualidad, lo que vuelve difícil la tarea de filtrar “fuentes más relevantes y significativas” para leerse y; 2) la obvia necesidad de comprender los diversos tipos de impacto, incluyendo el social.

Desde entonces, se nota un movimiento creciente en torno a los *altmetrics*, a veces llamados “medidas alternativas” en estudios nacionales e internacionales. Entre las investigaciones publicadas sobre el tema se encuentran especulaciones de varios tipos sobre sus herramientas, aplicaciones, robustez de los indicadores, variaciones semánticas del término, contexto histórico, el por qué y el

⁵Disponible en <http://altmetrics.org/manifesto/>

cuándo usarlos, qué es lo que los *altmetrics* efectivamente miden e intersecciones entre los *altmetrics* y otras medidas.

Muchas veces, los *altmetrics* se han considerado como un campo que se ocupa del análisis, la producción y el uso de indicadores científicos y tecnológicos, basándose en herramientas que captan informaciones de múltiples fuentes. Partiendo de la premisa de que resultados de investigaciones compartidos en medios sociales generan acciones e interacciones por parte de una gran variedad de actores sociales y nuevas formas de relación entre objetos digitales y personas, los *altmetrics* cuentan con nuevos indicadores que miden otros tipos, complementares, de citas, compromisos e impactos de los *output* académicos (MARICATO; MARTINS, 2017, p.8).

Mientras que los estudios se multiplican, los *altmetrics* han generado muchas dudas y cuestiones sobre su legitimidad, principalmente por el hecho de utilizar herramientas “informales” para medir el impacto de la ciencia, la cual hasta hoy se basaba en comunicaciones esencialmente formales. Aunque se reconozca que hay un avance significativo en los estudios sobre esa temática en Brasil, se nota la ausencia de un discurso expresivo y formalizado, de un entendimiento consentido del concepto e incluso de conocimientos técnicos para su aplicación.

Este año, los estudiantes de postgrado de la Facultad de Ciencia de la Información, de la Universidad de Brasilia (FCI/UnB), Janinne Barcelos y Diego Macedo, visitaron las instalaciones de la Altmetric (considerada actualmente la plataforma con mayor cobertura para mediciones altmétricas) para hablar con la directora de relaciones de investigación, Stacy Konkiel, y con la directora de operaciones del cliente, Natalia Madjarevic. Las dos son bibliotecarias e investigadoras de la Ciencia de la Información en Inglaterra y ayudaron a responder algunas dudas frecuentes sobre los *altmetrics* y sobre el uso de la plataforma Altmetric.

Esa entrevista se sigue al diálogo iniciado por los estudiantes durante la visita y también a las discusiones realizadas durante la reunión abierta del Grupo de Investigación Comunicación Científica de la Universidad de Brasilia, que ocurrió durante la Semana Universitaria de la UnB el 26 de octubre de 2019, bajo la coordinación de los profesores João de Melo Maricato y Jayme Leiro Vilan Filho.

2 Entrevista

2.1 ¿Qué son los *altmetrics* y qué es lo que miden?

Konkiel - Los *altmetrics* son medidas y datos cualitativos de la *Web* que miden la atención y el compromiso que logra la investigación en revistas, documentos de políticas, patentes, medios sociales, *blogs* y otras fuentes *online*.

2.2 ¿Para qué los *altmetrics* son útiles?

Konkiel - Los *altmetrics* te ayudan a entender ‘quién’ y ‘qué’ se está hablando sobre la investigación en el ambiente *online*. Eso puede ser útil para comprobar el éxito del involucramiento público y del alcance de proyectos de investigación en la sociedad. En algunos casos, también pueden ayudar a entender cómo la investigación se está poniendo en práctica – lo que algunas personas consideran el verdadero “impacto de la investigación”. Por ejemplo, la comercialización de la investigación puede ser entendida al analizarse cómo las patentes son mencionadas.

2.3 ¿Qué significa ‘impacto social de la investigación’ en términos de los *altmetrics*?

Konkiel - Siempre he entendido “impacto social” como los cambios que la investigación provoca en las percepciones del público y si ella está haciendo una diferencia positiva en la vida de las personas. Si una investigación sobre cambio climático, por ejemplo, está siendo discutida por personas comunes y citada en las directrices nacionales de seguridad, puedes argumentar que ella tiene impacto social. Con los indicadores altmétricos, puedes medir esos tipos de impacto social. Usando el mismo ejemplo, menciones a un artículo de revista en medios sociales o citas del artículo en documentos de políticas públicas – ambos indicadores altmétricos – son evidencias de su impacto social.

2.4 ¿Cuáles son las principales diferencias entre la Cibermetria y los *altmetrics*?

Konkiel - Todo se resume a alcance versus impacto. Uno de los tipos más populares de datos de la Cibermetria, las estadísticas de uso, es útil para entender con qué frecuencia se accede a una parte de la pesquisa, observando vistas de páginas y descargas. Sin embargo, esos indicadores no pueden decir cómo se está usando la investigación o quién está hablando sobre ella en el ambiente *online*, lo que es, sin dudas, más útil para entender la influencia de la investigación.

2.5 ¿Tienen el *marketing* científico y los *altmetrics* alguna influencia (positiva) en la evaluación de la investigación? ¿Cómo?

Konkiel - En los Estados Unidos, un número creciente de universidades está convirtiendo el “involucramiento de la sociedad” en un requisito para la permanencia; los investigadores deben acercarse a la comunidad y llevar su trabajo a la esfera pública. En ese escenario, puede serles útil a los investigadores promover su trabajo *online* y usar los *altmetrics* para entender el éxito de sus estrategias de compromiso. Definitivamente, el jurado aún no habló sobre la utilidad de los *altmetrics* en la evaluación general de la investigación. Uno de los estudios recientes más completos sobre la evaluación de las investigaciones, el informe *The Metric Tide*⁶, argumenta que los *altmetrics* pueden ser útiles como un abordaje más amplio que un “abanico de medidas” para entender el impacto de la investigación. El

⁶Disponible en <https://responsiblemetrics.org/the-metric-tide/>

informe también incluye una regla de oro para el uso de indicadores en la evaluación de investigación, la cual debe aplicarse tanto en las medidas basadas en citas como en los *altmetrics*: esas medidas deben apoyar, no reemplazar, la revisión por expertos.

2.6 ¿Cómo ven Uds. el papel del investigador y de las instituciones en la divulgación/difusión de la investigación?

Konkiel - Indiscutiblemente, el investigador tiene el papel más importante que desempeñar. Él puede elegir escribir, o no, en un lenguaje claro que vuelva la investigación legible a un público más amplio, puede divulgar su trabajo en los medios sociales para que otras personas puedan aprender sobre el asunto o involucrarse con miembros de la sociedad para llevar su trabajo a la esfera pública. Las instituciones también son muy importantes aquí. Muchas de las principales instituciones siguen visibles para el público porque son capaces de dedicar recursos para ayudar a los investigadores a compartir sus trabajos, tanto con los formuladores de políticas como con la prensa. Algunas universidades ofrecen entrenamiento de prensa y preparan comunicados de prensa a sus estudiantes. Ese tipo de apoyo institucional puede tener un gran impacto en la divulgación de un estudio.

2.7 ¿Altmetric puede ser considerada una base de datos científica? ¿Qué es lo que cubre?

Konkiel – Altmetric no es una base de datos tradicional. No nos esforzamos por indexar todas las investigaciones ya publicadas en asignaturas o revistas específicas. En su lugar, Altmetric busca indexar todas las investigaciones mencionadas en las fuentes que rastreamos (como Facebook, Twitter, LinkedIn, IIFI CLAIMS, alrededor de nueve mil *blogs*, más de dos mil sitios de noticias, etc.). Cubrimos no solamente artículos de revistas, pero también libros y capítulos de libros, conjuntos de datos, ensayos clínicos y muchos otros tipos de resultados de búsqueda.

2.8 ¿Cuál es la fórmula usada para calcular datos altméticos? ¿Cómo se hace eso en la plataforma Altmetric?

Konkiel - Hablar sobre nuestras prácticas de recolección de datos puede ser difícil. Recolectamos datos de varias maneras en todas las 17 fuentes y hay muchas excepciones y complicaciones que cubrir en una entrevista, pero generalmente el proceso funciona así: Altmetric posee una lista de dominios que conocemos para rastrear (por ejemplo, "nature.com"). Siempre que vemos que un enlace para ese dominio es compartido en una de las fuentes que rastreamos (a eso lo llamamos "mención"), usamos *bots* para seguir ese enlace y verificamos las *meta tags* de la página *web* para buscar la presencia de un identificador persistente (por ejemplo, DOI, ID, PubMed, Handle, etc.). Si encontramos un identificador persistente, añadimos esa mención a nuestra base de datos en asociación con la salida de la investigación mencionada. Los datos de mención de aquel *output* de investigación se exhiben de manera

agrupada en la *Altmetric Details Page*. En algunos casos (como buscar menciones de investigaciones en sitios de noticias o de políticas públicas), el proceso de rastreo es un poco diferente. Más informaciones sobre cómo rastreamos las menciones pueden ser encontradas en nuestro portal de soporte.

2.9 ¿Cómo se seleccionan las fuentes indexadas en la plataforma Altmetric?

Konkiel - Altmetric selecciona fuentes con base en varios factores, incluyendo: qué ampliamente usada es la plataforma, con qué frecuencia la investigación es mencionada en una fuente, si hay demanda por los datos y si es técnicamente viable recolectar datos en aquel sitio. En algunos casos, las plataformas ampliamente usadas no fueron proyectadas para compartir datos sobre la frecuencia con que la investigación fue mencionada. Un excelente ejemplo de eso es el WeChat, una aplicación china de mensajes. Hay mucha demanda por datos de WeChat en Altmetric y nos encantaría proveerlos, pero no es técnicamente posible porque los mensajes de WeChat generalmente son privados y encriptados.

2.10 ¿Cómo está enlazada la idea de impacto entre la plataforma Altmetric y Dimensions?

Konkiel - Altmetric y Dimensions comparten una visión más amplia sobre el impacto de la investigación que muchas bases de datos tradicionales. Altmetric entiende que la investigación en sus diversas formas es usada por muchos actores a lo largo de su vida y su objetivo es capturar esas interacciones con la investigación publicada para obtener una comprensión mejor y más holística que lo que las citas pueden aportar. Dimensions actúa aún más temprano en el ciclo de vida de la investigación. Ella conecta la financiación y los ensayos clínicos a sus publicaciones, citas y patentes resultantes, dándole a la comunidad una noción más completa del impacto, el cual va desde la financiación hasta la publicación.

2.11 ¿Cómo podemos obtener datos altmétricos sin un DOI?

Konkiel - Muchos investigadores comparten sus trabajos en sitios que no emiten DOI. Es por lo que rastreamos varios identificadores persistentes, incluyendo ID de PubMed, ID de Arxiv y Handles. Normalmente, investigadores pueden encontrar datos altmétricos de sus trabajos verificando la página del editor o la del repositorio (trabajamos con varias revistas y repositorios institucionales para ayudarlos a añadir datos altmétricos en sus sitios en forma de *badges*; en el caso de que el editor aún no los ofrezca, puedes contactarles y pedir que consideren la posibilidad). Investigadores con experiencia en tecnología, con interés en mostrar la influencia de su trabajo a otras personas, también pueden usar el *Altmetric Badge Builder*⁷ para añadir *badges* a sus sitios personales. El *Altmetric Badge Builder* trabaja con muchos identificadores persistentes además de los DOI.

⁷Disponible en <http://api.altmetric.com/embeds.html>

2.12 La mayoría de las fuentes de Altmetric son de lengua inglesa. Luego, ¿serían viables los altmetrics en Sudamérica, ya que nuestros principales idiomas son el portugués y el español?

Konkiel - ¡Esta es una excelente pregunta! Sí, los altmetrics son viables. Sudamérica estuvo en la vanguardia de una de las revoluciones más importantes de la comunicación científica de nuestro tiempo, el *Open Access*. Además de eso, hemos notado mucho interés en los altmetrics por parte de colegas de esa región. Es verdad que muchas de las fuentes que rastreamos son del idioma inglés, pero eso puede ser menos importante que lo que piensan. Estudios ya han descubierto que, en fuentes altméticas con neutralidad de idioma, como el Facebook y el Twitter (ambas usadas en casi todos los países del mundo), es más probable que la investigación en inglés sea compartida que la investigación en portugués o español (a saber, Alperin (2015)). Pienso que eso es porque se habla el inglés en más países que el español o el portugués. Entonces, si uno no consigue entender el contenido de un artículo, es menos probable que lo comparta en los medios sociales. Dicho esto, ¡estamos siempre buscando expandir nuestra cobertura de fuentes en español y portugués! Todos sus lectores son bienvenidos para enviar sugerencias de nuevas fuentes a info@altmetric.com para que las podamos considerar.

3 Consideraciones

En el diálogo con la directora de relaciones de investigación, Stacy Konkiel, se buscó identificar algunos de los conceptos que dirigen la producción de los indicadores en Altmetric. El guion de la entrevista, basado en discusiones realizadas durante la reunión abierta del Grupo de Investigación Comunicación Científica, la cual tuvo lugar en la Semana Universitaria de la Universidad de Brasilia (UnB) el 26 de octubre de 2019, planteó cuestiones que atañen a aspectos técnicos y de aplicación, además de su visión y conceptos sobre los altmetrics e impacto social.

Una de las observaciones destacadas de Konkiel es que, actualmente, Altmetric emplea varios otros identificadores persistentes, no solo el DOI, como ocurría en los comienzos de la base, en 2012. Hoy, el *harvesting* de Altmetric considera también los ID de PubMed, de Arxiv, de Handles, ADS, RePEC, URN e ISBN. A partir de la entrevista, se evidencia también que las actividades gestionadas en la plataforma Altmetric se orientan por al menos tres conceptos básicos. El primero respecta a la definición de altmetrics, entendido por Konkiel como “medidas y datos cualitativos de la Web que mensuran la atención y el compromiso que recibe la investigación en periódicos, documentos de políticas, patentes, medios sociales, blogs y otras fuentes online”.

El segundo concepto abarca la utilidad del campo. Según Konkiel, “los altmetrics te ayudan a entender ‘quién’ y ‘qué’ se está hablando sobre la investigación en el ambiente online. Eso puede ser útil para comprobar el éxito del involucramiento público y del alcance de

proyectos de investigación en la sociedad". El último se extiende al significado de impacto social, entendido por la entrevistada como "los cambios que la investigación provoca en las percepciones del público y si ella está haciendo una diferencia positiva en la vida de las personas". Es decir, en Altmetric, el impacto social trata de una comprensión más holística de impacto, la cual involucra, además de citas, el alcance de la investigación fuera de los muros de la academia.

References/Referências

- ALPERIN, J. P. Geographic variation in social media metrics: An analysis of Latin American journal articles. **Aslib Journal of Information Management**, v. 67, n. 3, p. 289-304, 2015.
- BIK, H. M.; GOLDSTEIN, M. C. An Introduction to Social Media for Scientists. **PLoS Biology**, v. 11, n. 4, e1001535, 2013. <https://doi.org/10.1371/journal.pbio.1001535>
- GARFIELD, Eugene; WELLIAMS-DOROF, Alfred. Citation data: their use as quantitative indicators for science and technology evaluation and policy-making. **Science and Public Policy**, v. 19, n. 5, p. 321-327, 1992.
- ROEMER, R. C.; BORCHARDT, R. Altmetrics says: keep it simple and informative to be tweeted. **College & Research Libraries News**, v. 73, n. 10, p. 596–600, 2012. Disponível em: <http://openscience.com/altmetrics-says-keep-it-simple-and-informative-to-be-tweeted/> Acesso em: 10 nov. 2019.
- MARICATO, J. de M; LOPES MARTINS, D. Altmetria: complexidades, desafios e novas formas de mensuração e compreensão da comunicação científica na web social. **Biblios**, Pittsburgh, n. 68, p. 48-68, jul. 2017. Disponível em: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1562-47302017000300004&lng=es&nrm=iso Acesso em: 20 nov. 2019.
- ROEMER, R. C.; BORCHARDT, R. **Altmetrics: library technology reports**. Chicago: American Library Association, 2015.
- SUD, P.; THELWALL, M. Evaluating altmetrics. **Scientometrics**, v. 98, p. 1131–1143, 2014.
- TORRES-SALINAS, D.; CABEZAS-CLAVIJO, Á.; JIMÉNEZ-CONTRERAS, E. Altmetrics: new indicators for scientific communication in Web 2.0. **Comunicar**, 2013. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1306.6595> Acesso em: 30 out. 2019