

MARTINS, João de Melo Maricato; MARTINS, Dalton Lopes. Altmtria: complexidades, desafios e novas formas de mensuração e compreensão da comunicação científica na web social. **Biblios**, Pittsburgh, n. 68, p. 48-68, 2017. Disponível em: <http://biblios.pitt.edu/ojs/index.php/biblios/article/view/358/309>. Acesso em: 16 jan. 2020.

Leonardo Marçal Marçal¹

RESENHA

O artigo em análise intensifica que com os desenvolvimentos das tecnologias da informação e da comunicação surgiram novas formas de produzir, modificar, adaptar, colaborar e disseminar os conhecimentos, porém, com o apogeu das redes sociais firmaram-se novas demandas de medição e interpretação do produto científico.

Sendo assim ergue-se uma nova técnica não esquivada das demais enraizadas na bibliometria, a altmetria nasce com a necessidade de analisar os impactos causados na sociedade diante das comunicações científicas, propondo então uma análise sistemática com indicadores até então exclusivos.

Até então há como base na análise de impacto na produção científica o indicador de citação, tradicional e supramencionado em todas as pesquisas deste assunto, utilizado na mensuração das atividades de pesquisadores, revistas, universidades, países e outras.

Os autores abordam uma nova métrica, comumente chamada de índice-h, esse recurso expõe a produtividade dos pesquisadores, sendo ela por sua vez medida através das citações.

As relações sociais até então medidas pela informação surge neste contexto, em que um compartilhamento, uma curtida e uma reação pode valer mais do que uma citação, o que permite as disponibilidades de criação de novos indicadores. A altmetria compreende-se por ser uma área emergente, ainda em desenvolvimento, mas que em certa forma tem adquirido novos olhares na comunidade científica.

Citam que essa nova metria possui algumas diferenças comparadas com as anteriores. As métricas da ferramenta são baseadas em mídias e redes sociais, introduzidas inicialmente em 2010 por Priem, Piwowar e Hemminger (2012), esses

¹ Discente do Biblioteconomia na Universidade Federal de Pernambuco. Graduado em Pedagogia pela Faculdade Fortium. E-mail: leoadege2014@gmail.com. orcid: <http://orcid.org/0000-0003-2125-1469>.

indicadores denotam grandes potenciais o que fez a área adquirir nos dias atuais reflexão e análises mais aprofundadas. Como tudo que é novo demanda debates intensos, faz-se necessário resolver alguns problemas teóricos como a definição e conceituação dos termos, os aspectos metodológicos e técnicos.

Por ser muito recente a altmetria ainda está em sua fase de construção, cabe lembrar que o uso termo *altmetria* surgiu em setembro de 2010 e em outubro do mesmo ano foi publicado o Manifesto. Pode-se dizer sem delongas que a altmetria está relacionada à criação, estudo, novas métricas, redes sociais e as informações acadêmicas.

Relatam que a ferramenta é utilizada para medir o impacto das produções acadêmicas. Essas produções estão relacionadas aos mais distintos materiais, desde uma publicação em um blog como a publicação de um artigo em uma revista científica. A altmetria torna-se então a mãe das métricas alternativas, quebrando as barreiras do tradicionalismo imposto pela bibliometria.

É um argumento válido, pois é necessário que surjam novas métricas que visem ampliar as utilizadas tradicionalmente. A área envolta da altmetria é a comunicação social, sem ela a ferramenta jamais alcançaria êxitos em suas metrias, sendo que a comunicação científica abre espaço para que a ciência da informação mostre o seu papel diante do mundo e contribua para discussões aprofundadas sobre a altmetria.

Conclui-se, com a abordagem dos autores, que a altmetria constrói informações a partir da utilização das redes sociais e mídias de compartilhamento, coletando o crédito às descobertas e publicações científicas diretamente de seus espectadores: os pesquisadores e a sociedade como um todo ao extrair informações sobre o impacto de diversos grupos sociais e contribuindo com os produtos científicos, aferindo-se a circulação e apropriação social das informações e produções acadêmicas. Sem as tecnologias da informação e comunicação e tampouco das inovações da área, as altmetrias não existiriam assim como as ferramentas e recursos desenvolvidos para a medição das interações dos públicos e seus conteúdos.

Submissão: 15 set. 2020

Aprovação: 1 nov. 2020