

Similaridade entre a atenção on-line de periódicos científicos latino-americanos da Ciência da Informação em canais alternativos

Francielle Franco¹

<https://orcid.org/0000-0002-3686-595X>

Natalia Rodrigues Delbianco¹

<https://orcid.org/0000-0002-0723-2379>

Maria Cláudia Cabrini Grácio¹

<https://orcid.org/0000-0002-8003-0386>

¹Universidade Estadual Paulista, Marília, SP, Brasil

Resumo: Este estudo objetiva caracterizar a similaridade da atenção on-line recebida por periódicos científicos da área da Ciência da Informação, indexados na Brapci, em canais alternativos. A metodologia consistiu-se na coleta de dados altmétricos por meio da plataforma Altmetric.com, considerando menções em fontes informativas (notícias, blogs, Wikipedia), mídias sociais (X, Facebook) e fontes científicas (Mendeley e Dimensions), referentes a 18 periódicos com pelo menos 100 menções rastreadas pela plataforma. Foram aplicadas análises descritivas, Correlação de Pearson e análise de *cluster* hierárquico, com o intuito de identificar padrões e agrupamentos entre os periódicos. Os resultados revelaram que a maioria das correlações entre os canais é fraca ou inexistente, indicando baixa similaridade no padrão de menções. As exceções foram encontradas entre leitores no Mendeley e Citações na Dimensions, entre X e notícias, e entre Citações na Dimensions e blogs. A análise de *clusters* agrupou os periódicos em três grupos com distintas características de atenção on-line, destacando diferentes canais predominantes em cada grupo. O estudo evidencia que a atenção on-line varia conforme a estratégia de presença on-line dos periódicos. Conclui-se que há necessidade de estratégias mais planejadas por parte dos periódicos visando ampliar a sua visibilidade em canais alternativos. Como limitação, destaca-se a alta variabilidade dos dados e a exclusão de periódicos com menos de 100 menções. Pesquisas futuras podem explorar o comportamento de atenção on-line em todo o universo da Brapci, além da análise qualitativa dos perfis de periódicos em canais da web social.

Palavras-chave: atenção on-line; análise de cluster; correlação de Pearson; métricas em nível de periódico; Brapci

1 Introdução

A comunicação científica pode ser definida como forma de compartilhar os resultados de pesquisa com a comunidade científica, ou seja, entre os pares (Gomes, 2013). Portanto, não é uma atividade isolada, mas parte constituinte do processo científico, uma vez que não há ciência sem a comunicação dos seus resultados (Targino; Torres, 2014). Concentra-se na troca de informações especializadas entre pares para compartilhar descobertas de pesquisas, desenvolver novas teorias ou ampliar as existentes, contribuindo assim para o avanço da ciência e da tecnologia (Bueno, 2010).

Compreende-se, portanto, que as informações compartilhadas entre os pesquisadores são de caráter especializado, ou seja, menos acessíveis para aqueles que se encontram fora das comunidades científicas (Bueno, 2010), uma vez que a linguagem utilizada em um domínio científico tende a ser distinta da linguagem geral (tanto coloquial como da norma culta) e também distinta de outros domínios científicos (Hjørland, 2017). Por outro lado, o processo de divulgação científica, que tem por objetivo atingir públicos mais amplos (não cientistas), usa uma linguagem mais simples e acessível (Bueno, 2010). Essa característica é essencial para uma comunicação eficaz em ambos os contextos.

Apesar de a comunicação e a divulgação científica compartilharem a finalidade de comunicar resultados de pesquisas científicas (Bueno, 2010), há na literatura, sobretudo brasileira, o entendimento de que são subcampos distintos (Pinheiro, 2018), com a divulgação científica sendo considerada um subcampo da comunicação científica. Tem foco na democratização do acesso ao conhecimento científico e na promoção da alfabetização científica entre o público em geral. Isso envolve traduzir conceitos científicos complexos em uma linguagem acessível para envolver o público em geral em discussões sobre tópicos científicos que podem ter impacto social (Bueno, 2010). Desse modo, as principais diferenças entre comunicação e divulgação científica estão nos canais utilizados para compartilhar o conhecimento científico e nos públicos que se pretende atingir.

No ambiente científico, há como fazer a disseminação dos resultados por canais considerados tradicionais, como os periódicos científicos, caracterizados

por sua periodicidade, publicação em partes sucessivas, continuidade de publicação indefinida e variedade de assuntos e autores (Cunha, 2001), além da presença de revisão por pares. Além disso, dentre as funções de um periódico estão: disseminar e comunicar as pesquisas de modo formal; registrar a propriedade intelectual; preservar a memória e o conhecimento científico; e garantir legitimidade e qualidade (Mueller, 2000; Meirelles, 2009).

Com o advento da internet e do desenvolvimento da Web, a comunidade científica percebeu que os meios alternativos, como mídias sociais e blogs, entre outros, proporcionam um novo espaço para compartilhar seus resultados de pesquisa. Nesse quadro, observa-se que pesquisadores, periódicos científicos e instituições têm se adaptado ao novo cenário, ocupando espaços, criando, por exemplo, contas em mídias sociais, para compartilhar suas produções e conteúdos. Ressalta-se que as mídias sociais facilitam o compartilhamento de informações, por permitir a divulgação de forma instantânea, além de ampliar o alcance e a visibilidade do que é produzido, cruzando, inclusive, barreiras geográficas e de idioma.

Assim, como a informação científica passa a circular em canais alternativos e sociais, a análise da presença, atenção e impacto recebidos pelos conhecimentos científicos divulgados permite entender a receptividade e compreensão pela sociedade, contribuindo para o mapeamento e refinamento das formas, linguagem e meios de divulgação do bem comum - ciência produzida. Nesse contexto, destaca-se a importância dos indicadores da Altmetria, subcampo dos Estudos Métricos da Informação (EMI), destinados a mensurar a presença, atenção e impacto da ciência para além do ambiente científico, ou seja, na sociedade como um todo.

Desde sua proposta em 2010, a Altmetria tornou-se um profícuo tópico de pesquisa na ciência da informação (Priem *et al.*, 2010), configurando uma nova dimensão de mensuração da comunicação e discussão das pesquisas científicas. Em essência, a Altmetria é a combinação da necessidade da comunidade acadêmica de avaliação científica e aplicação de redes sociais, podendo ser vista como uma nova prática de métodos de mensuração da ciência

aplicados a redes sociais e também como o uso das plataformas de mídia social no campo da ciência (Wang, 2022).

A Altmetria utiliza as mídias sociais (acadêmicas ou não), os sites de notícias, os blogs, os gerenciadores de referências, entre outros, como fonte de dados. Por meio destes canais, é possível coletar os indicadores altmétricos que descrevem, objetivamente, a intensidade do interesse da sociedade em geral pela produção científica, destacando como as informações circulam na web social e a extensão de seu alcance entre diversos públicos (Araújo *et al.*, 2018).

Esse conjunto de indicadores alternativos permite caracterizar a atenção on-line que as produções científicas recebem em diferentes plataformas. Desse modo, a Altmetria tem relação direta com o conceito de atenção on-line. Para Fachin *et al.* (2022), a atenção on-line pode ser definida como o nível de engajamento e interação que os diferentes produtos científicos recebem em várias plataformas digitais. Esses canais podem ser mídias sociais (como o X ou o Facebook), mídias sociais acadêmicas (ReserachGate ou a Academia.edu), blogs e sites de notícias. Essa atenção é mensurada por meio de métricas como visualizações, curtidas, compartilhamentos, comentários e menções, que contribuem coletivamente para a visibilidade e o impacto do conteúdo científico para além das comunidades acadêmicas (Fachin *et al.*, 2022).

A atenção on-line pode ser mensurada usando ferramentas como o Altmetric.com, que agrega dados de diversas fontes on-line, incluindo sites de notícias, blogs e mídias sociais, para fornecer uma pontuação ponderada, o *Altmetric Attention Score*, que reflete o nível de atenção que um artigo recebe (Araújo *et al.*, 2018). Para além das vantagens da altmetria em fornecer uma visão mais abrangente do impacto científico, existem desafios como a falta de padronização e transparência nos métodos de coleta de dados, o que pode afetar a precisão e a confiabilidade desses indicadores (Mueller, 2006).

Wang (2022) destaca que a presença de um periódico em mídias sociais é importante para seu maior alcance e engajamento. O autor menciona estudos altmétricos, publicados desde 2017, que avaliam as características dos indicadores altmétricos em diferentes plataformas em nível de periódico. Entre eles, estudos destinados a: analisar indicadores altmétricos de periódicos do

campo da Comunicação no Facebook, Mendeley e Twitter(X) (Repiso; Castillo-Esparcia; Torres-Salinas, 2019); analisar os indicadores altmétricos de desempenho de periódicos de neurocirurgia em plataformas de mídia social (Wang *et al.* 2017); o impacto da conta própria do periódico no Twitter sobre a contagem de tweets e citações (Ortega, 2017).

Nesse sentido, destaca-se ainda que, embora a Altméria esteja consolidada como métrica em nível de artigo, ou seja, para a avaliação de documentos de pesquisa, ela também pode ser benéfica para a estimativa do impacto de periódicos e publicações seriadas inter e multidisciplinares, dadas as métricas destinadas a avaliação de periódico, podendo ser consideradas um preditor específico para índices baseados em citações (Mazov; Gureyev, 2020).

Com base no exposto, o presente estudo tem como questão de pesquisa: Quais são as similaridades entre os periódicos da Ciência da Informação quanto aos seus indicadores altmétricos? Para responder essa questão, este estudo objetiva caracterizar a similaridade da atenção on-line dos periódicos científicos da Ciência da Informação indexados na Base de Dados em Ciência da Informação (Brapci), em canais alternativos.

Justifica-se a relevância deste estudo em função dos muitos novos recursos fornecidos pela Altméria na avaliação de periódicos acadêmicos, assim como para a construção de um modelo multidimensional de avaliação, com os dados da Altméria podendo ser usados para a avaliação inicial do periódico (Wang, 2022).

Todavia, apesar da relevância dos estudos altmétricos em nível de periódico para a avaliação da comunicação científica, ainda são poucas as pesquisas altmétricas que têm como objeto de estudo os periódicos científicos, em especial em âmbito brasileiro.

2 Procedimentos metodológicos

Os procedimentos metodológicos envolveram três etapas. A primeira foi a seleção dos periódicos, dos canais informacionais a serem utilizados e a identificação do Altmetric Attention Score.

O universo de análise foi definido a partir da lista de 101 periódicos indexados na Base de Dados em Ciência da Informação (Brapci, 2024). A partir da coleta do Número Internacional Normalizado para Publicações Seriada (ISSN) desses periódicos, identificaram-se suas proveniências, sendo elas de 11 países; são eles: Argentina (4), Brasil (77), Colômbia (1), Costa Rica (1), Cuba (2), Espanha (5), Estônia (2)¹, México (3), Peru (2), Portugal (3) e Uruguai (1). Na sequência, nos sites das revistas, recuperaram-se os respectivos ISSN em um total de 114 ISSN (entre códigos de periódicos impressos e eletrônicos). Cabe ressaltar que 11 revistas apresentavam vigência encerrada, entretanto foram mantidas na coleta porque os artigos indexados podem ainda ser mencionados nos canais rastreados pelo Altmetric.com. Os dados com as informações básicas de cada revista estão disponíveis em Franco e Delbianco (2024).

A plataforma Altmetric.com foi utilizada para a coleta e processamento dos dados altmétricos. Os canais informacionais escolhidos foram separados, de acordo com a sua natureza, em três categorias: (a) fontes informativas: notícias, blogs e Wikipedia; (b) mídias sociais: X e Facebook; (c) fontes científicas: citações na Dimensions e leitores do Mendeley.

Esclarece-se que as fontes elencadas na categoria “c” não contribuem para o score total apresentado na plataforma Altmetrics.com. Desse modo, tanto esta primeira como a segunda etapa (descrita mais adiante) não consideram suas menções.

Nesta plataforma, para a coleta das menções, utilizou-se a busca avançada inserindo a lista dos ISSN dos periódicos, sem utilização de outros filtros. A partir desse procedimento, recuperaram-se todos os artigos rastreados pela plataforma publicados pelo conjunto de periódicos componentes do universo de pesquisa. Assim, dentre os 101 periódicos indexados na Brapci, identificaram 47 (46,5%) com alguma menção nos canais das categorias “a” e “b”. A partir de 2.106 artigos rastreados dos 47 periódicos, obteve-se um total de 5.856 menções, correspondendo a ~2,8 menções em média por artigo. Os dados contidos nas abas de “*Research Outputs*” e “*Journals*” foram exportados no formato .csv. Todas as coletas foram realizadas em 25 de agosto de 2024.

A segunda etapa dos procedimentos metodológicos, envolveu inicialmente estabelecimento do critério de composição do corpus de análise: periódicos com total de pelo menos 100 menções no Altmetric Attention Score, o que resultou em 18 periódicos (Tabela 1), correspondendo a 38% dos 47 periódicos com alguma menção a algum dos seus artigos. Ressalta-se que o conjunto de 18 periódicos totalizou 5.155 menções para 1.725 artigos rastreados, correspondendo a três menções em média por artigo rastreado. Ademais, esse corpus de análise representa 88% do total de menções recuperadas e 82% dos artigos rastreados. Assim, considera-se que o critério adotado para a composição do corpus de análise (18 periódicos, com total de 5.155 menções para 1.725 artigos) configura uma robusta representação para avaliar as similaridades quanto à atenção on-line dos periódicos científicos da Ciência da Informação indexados na base Brapci. Quanto ao país de origem dos 18 periódicos, são eles: Brasil (11), Espanha (3), Argentina (1), Peru (1), Costa Rica (1), Colômbia (1).

Tabela 1 - Número de artigos mencionados e total de menções dos periódicos indexados na Brapci

ID	Periódicos	País de Origem	Idioma	Indexação			Nº artigos mencionados	Total menções	Média de menções
				Scopus	WoS	Scielo			
1	Encontros Bibli	Brasil	Português	X	X	X	134	724	5.4
2	Hipertext.net	Espanha	Espanhol	-	-	-	93	699	7.5
3	Transinformação	Brasil	Português	X	X	X	124	596	4.8
4	Em Questão	Brasil	Português	-	X	X	266	444	1.7
5	Infonomy	Espanha	Espanhol	-	-	-	50	277	5.5
6	Palabra Clave	Argentina	Espanhol	X	X	-	149	269	1.8
7	AtoZ	Brasil	Português	-	-	-	111	246	2.2
8	RDBCI	Brasil	Português	-	X	X	107	229	2.1
9	Biblios	Peru	Espanhol	X	X	-	126	208	1.7
10	Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação	Brasil	Português	X	-	-	44	199	4.5
11	Métodos de Información	Espanha	Espanhol	-	X	-	45	198	4.4
12	Perspectivas em Ciência da Informação	Brasil	Português	X	X	X	104	197	1.9
13	Informação & Informação	Brasil	Português	-	-	-	85	167	2.0
14	InCID	Brasil	Português	X	X	-	41	164	4.0
15	e-Ciencias de la Información	Costa Rica	Espanhol	X	X	-	41	151	3.7
16	Ciência da Informação	Brasil	Português	X	-	-	74	144	1.9
17	Revista Interamericana de Bibliotecología	Colômbia	Espanhol	-	-	-	64	135	2.1
18	Ciência da Informação em Revista	Brasil	Português	X	X	-	67	108	1.6
Total							1.725	5.155	3.0

Fonte: Adaptado de Altmetric (2024).

Na terceira etapa dos procedimentos metodológicos, incluíram-se os indicadores da categoria “(c) fontes científicas: citações na Dimensions e leitores do Mendeley”, por meio da junção dos das planilhas exportadas do

Altmetric.com. A partir desse procedimento, obteve-se um total de 36.588 menções. Esse procedimento buscou reunir os diversos indicadores altmétricos adequados à avaliação em nível de periódico, considerados ou não no cômputo do *score* altmétrico gerado pela plataforma Altmetric.com, a fim de avaliar a correlação entre eles, assim como suas influências nas similaridades de atenção on-line dos periódicos. A avaliação da correlação entre eles contribui para a análise da necessidade, ou não, do acréscimo de indicadores a fim de representar e distinguir de forma mais consistente o desempenho on-line de periódicos. Altos valores de correlação entre indicadores altmétricos sinalizam a redundância da presença de ambos na plataforma, uma vez que a associação indica tendências de crescimento e decrescimento similares entre eles. Os demais canais rastreados pela plataforma não foram considerados por apresentarem quantidades de menções não significativas.

Foram feitas análises descritivas dos dados, nas quais foram apresentadas em relação ao canal social, a quantidade de menções identificadas, e a porcentagem que elas representam em relação a quantidade total de menções do canal e os periódicos científicos selecionados. Com isso foi possível identificar o periódico de destaque em cada canal científico.

Os dados foram analisados por meio da correlação de Pearson e análise de *cluster*. A correlação de Pearson foi adotada para medir a correlação entre os canais nos quais as menções foram rastreadas. A análise de *cluster* foi realizada para identificar os agrupamentos de periódicos em função das similaridades quanto à atenção on-line registrada nos canais alternativos para seus conjuntos de artigos rastreados. Tais análises foram realizadas no software *Jamovi* (2024) (versão 2.3.28.0) por meio funcionalidade de Regressão > Correlação de Pearson e do módulo *snow Cluster*. A medida de similaridade e o método de agrupamento foram definidos a partir de Hair *et al.* (2005), tendo sido consideradas a distância euclidiana quadrada e o método de agrupamento Ward. Para construção do dendograma foi definido o agrupamento hierárquico com a limitação de três *clusters*, além da padronização das variáveis. Salienta-se que o critério de padronização das variáveis para *escore z* foi decorrente da natureza

distinta dos indicadores analisados, assim como seus coeficientes de variação elevados.

3 Discussão dos resultados

Os dados obtidos permitiram a análise das menções de cada canal científico por periódico, como mostra a Tabela 2. Em negrito, foram destacados os dados dos canais com maior menção em cada periódico, já em negrito com o preenchimento da célula em cinza foram destacados os periódicos que se sobressaíram em cada canal. Os sete canais analisados, notícias, blogs, Wikipedia, X, Facebook, citações na Dimensions e leitores do Mendeley, totalizaram 36.588 menções. Dessa forma, ressalta-se que a análise foi feita com base no total geral das menções rastreadas e não só no que é considerado pelo *Altmetric Attention Score*.

Tabela 2 - Quantidade de menções dos canais por periódico e suas porcentagens

ID	Canais														Total
	N.	%	B.	%	W.	%	X	%	F.	%	C. D.	%	L. M.	%	
1	2	8,7	20	12,9	13	8,6	665	15,8	20	3,8	402	8,6	1.562	5,8	2.684
2	9	39,1	2	1,3	8	5,3	663	15,7	17	3,2	203	4,4	969	3,6	1.871
3	3	13,0	60	38,7	16	10,6	481	11,4	33	6,2	683	14,7	2.770	10,3	4.046
4	1	4,3	5	3,2	8	5,3	410	9,7	18	3,4	290	6,2	1.440	5,4	2.172
5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	277	6,6	0	0,0	8	0,2	66	0,2	351
6	0	0,0	7	4,5	1	0,7	104	2,5	155	29,3	158	3,4	2.989	11,1	3.414
7	0	0,0	7	4,5	1	0,7	236	5,6	0	0,0	66	1,4	629	2,3	939
8	1	4,3	2	1,3	5	3,3	211	5,0	9	1,7	159	3,4	955	3,6	1.342
9	4	17,4	1	0,6	2	1,3	80	1,9	121	22,9	214	4,6	1.782	6,6	2.204
10	0	0,0	1	0,6	1	0,7	195	4,6	1	0,2	24	0,5	193	0,7	415
11	0	0,0	0	0,0	28	18,5	170	4,0	0	0,0	46	1,0	536	2,0	780
12	1	4,3	17	11,0	30	19,9	133	3,2	12	2,3	581	12,5	2.313	8,6	3.087
13	0	0,0	14	9,0	10	6,6	122	2,9	21	4,0	290	6,2	1.505	5,6	1.962
14	0	0,0	7	4,5	6	4,0	139	3,3	10	1,9	68	1,5	375	1,4	605
15	2	8,7	1	0,6	4	2,6	79	1,9	16	3,0	99	2,1	2.366	8,8	2.567
16	0	0,0	8	5,2	10	6,6	97	2,3	22	4,2	1230	26,4	5.319	19,8	6.686
17	0	0,0	2	1,3	6	4,0	118	2,8	9	1,7	107	2,3	885	3,3	1.127
18	0	0,0	1	0,6	2	1,3	40	0,9	65	12,3	32	0,7	198	0,7	338
T.	23	100	155	100	151	100	4.220	100	529	100	4.660	100	26.850	100	36.588

Nota: Legenda: N.: Notícias; B.: Blog; F.: Facebook; W.: Wikipedia; C. D.: Citações na Dimensions; L. M.: Leitores do Mendeley.

Fonte: Elaborada pelas autoras.

De acordo com a Tabela 2, é possível perceber que dentre os canais com maior número de menções estão os Leitores no Mendeley (L. M.) (n=26.850), Citações na Dimensions (C.D.) (n=4.660) e o X (antigo Twitter) (n=4.220). No entanto, é importante mencionar que, no que diz respeito à pontuação no *Altmetric Attention Score* da Altmetric.com, tanto as C. D. quanto os L. M. não são considerados. Por outro lado, o canal com o menor número de menções é o

de Notícias (n=23), mas é o canal que mais pontua para o *Altmetric Attention Score*.

Conforme destacado por Ortega (2018) e Robinson-García *et al.* (2014), as menções de notícias são essenciais para capturar o engajamento do público com a produção científica, isso porque geralmente refletem um interesse e uma relevância social mais amplos. Entretanto, vale destacar que as menções neste canal altmétrico têm a confiabilidade afetada por preconceitos de idioma, critérios de seleção de fontes e limitações de cobertura (Robinson-García *et al.*, 2014). Portanto, as análises que considerem as menções em sites de notícias devem considerar essas particularidades.

Sabe-se que o Mendeley e o X estão entre os canais mais utilizados em estudos altmétricos (Thelwall, 2017; Araújo, 2018; Ferreira; Mongeon; Costas, 2021; Taylor, 2023) e, como pode ser visto na Tabela 2, também são os com maior número total de menções. O Mendeley se destaca por sua capacidade de capturar dados de leitores, tornando-o uma fonte relevante para análise altmétrica, ao fornecer informações sobre o engajamento e a disseminação de pesquisas em diferentes campos (Costas; Zahedi; Wouters, 2014). O canal X serve como plataforma primária de engajamento, facilita discussões em tempo real, atinge públicos diversos e influencia a percepção do público em relação às descobertas de pesquisa (Araújo; Furnival, 2016). Nesse sentido, esses dois canais desempenham funções distintas e complementares para a disseminação do conhecimento científico em função dos públicos que atingem.

Observa-se, ainda, que os periódicos Ciência da Informação (ID16), Transinformação (ID3) e Palavra Clave (ID6) foram os com maior quantidade total de menções. Com exceção do periódico Infonomy (ID5) e da Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação (ID10), que tiveram o destaque das menções no canal Wikipedia, o canal com maior ocorrência nos dados altmétricos dos periódicos foi Leitores do Mendeley.

Os destaques em negrito com o preenchimento da célula em cinza na Tabela 2 dizem respeito ao periódico com destaque em cada canal. Assim a revista que mais teve menções nos canais de fontes informativas foi, para Notícias, Hipertext.net (ID2) com o acumulado de 39,1% do total de menções;

para Blog foi a Transinformação (ID3) com 38,7% das menções; e para o canal Wikipedia foi a Perspectivas em Ciência da Informação (ID12) com 19,9% das menções. Já em relação aos canais de mídias sociais, o X teve como destaque a revista Encontros Bibli (ID1) com 15,8% das menções, e para o Facebook a Palavra Clave (ID6) com 29,3% das menções. Por fim, para os canais considerados como fontes científicas, o periódico que mais acumulou menções foi o mesmo tanto para as Citações na Dimensions quanto para os Leitores no Mendeley, sendo a Ciência da Informação (ID16) representando 26,4% e 19,8% respectivamente.

Outro resultado a ser destacado é o fato de o periódico Infonomy (ID5) possuir quatro canais alternativos sem receber nenhuma menção, sendo eles: Notícias, Blog, X e Facebook. Já o periódico Métodos de Información (ID11) possui três canais sem menções: Notícias, Blog e X. Dentre os fatores que podem influenciar o número de menções, destaca-se a política de marketing científico para o uso das mídias sociais. Assim, uma política estratégica de marketing científico que utilize efetivamente as mídias sociais pode aumentar a atenção on-line dos periódicos, aumentando a visibilidade, direcionando o engajamento, incentivando o compartilhamento de conteúdo e implementando estratégias de engajamento de longo prazo (Araújo *et al.*, 2018). Estas diretrizes são elaboradas e utilizadas por cada periódico e podem definir quais mídias são utilizadas, a frequência das publicações ou o conteúdo das postagens.

A Tabela 3 apresenta a matriz de Correlação de Pearson entre os canais alternativos analisados, em que quanto mais próximo dos extremos -1 e 1 mais forte é a correlação entre os canais, em contrapartida quanto mais próximo de 0, mais fraca ou inexistente é a correlação entre eles. Em negrito com o preenchimento da célula em cinza, foram destacadas a única correlação forte e as duas correlações moderadas. Já em negrito, estão as correlações muito fracas ou inexistentes.

Das 21 correlações apresentadas na matriz da Tabela 3, com exceção de três correlações, a maioria pode ser considerada como muito fraca (ver destaque em negrito) ou fraca, incluindo as negativas. Das três exceções, a primeira é a correlação forte positiva entre Leitores no Mendeley e Citações na Dimensions

($r=0,87$), significando que à medida que aumenta a quantidade de Leitores no Mendeley aumenta a quantidade de citações na Dimensions e, vice-versa. Como mencionado na seção de procedimentos metodológicos, ambos os canais não pontuam no *Altmetric Attention Score*, sendo neste estudo considerados fontes científicas. Esse resultado alinha-se aos encontrados por Thelwall (2017), Ortega (2018) e Taylor (2023), sendo os quais o número de leitores do Mendeley se correlaciona com o número de citações, estabelecendo uma forte associação ao longo do tempo (citação e download).

Tabela 3 - Matriz de correlação entre os canais alternativos

	Notícia	Blog	Wikipedia	X	Facebook	Cit. Dimen.	Leit. Mend.
Notícia	1,0						
Blog	0,13	1,0					
Wikipedia	0,04	0,38	1,0				
X	0,61	0,39	0,15	1,0			
Facebook	0,10	0,00	-0,29	-0,25	1,0		
Cit. Dimen.	0,07	0,51	0,39	0,12	-0,00	1,0	
Leit. Mend.	0,05	0,36	0,21	-0,09	0,32	0,87	1,0

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir do software Jamovi (2024).

A primeira correlação moderada acontece entre X e Notícias ($r=0,61$). Entende-se que esse resultado pode ser decorrente do fato de, conforme aponta Jesus (2012), em 2009 o X ter passado a ser considerado também como uma fonte de notícias em tempo real, o que o aproximou dos sites de notícias. Ainda, outra característica em comum entre esses dois canais, de acordo com Fang e Costas (2020), é que eles são considerados como fontes rápidas de atenção.

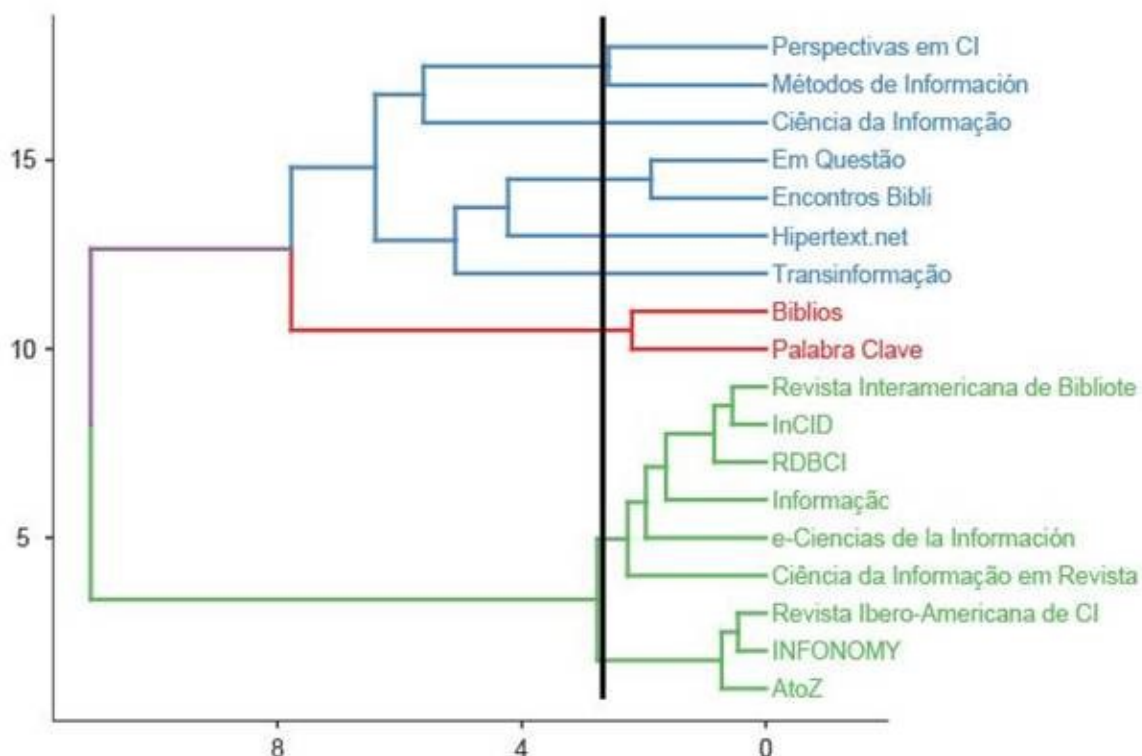
A segunda correlação moderada é entre Citações na Dimensions e Blog ($r=0,51$), evidenciando que há uma tendência de que conforme as menções em blogs aumentam há também uma tendência (moderada) de as citações na Dimensions aumentarem, e vice-versa. Dentre os motivos desse resultado, considera-se que esteja o fato de o conteúdo das postagens em blogs tenderem a ser mais completas e contextuais, do que por exemplo no X, com as discussões a

respeito de um artigo podendo ser melhor trabalhadas, o que pode despertar maior interesse por parte dos usuários (Robinson-García *et al.*, 2014). No entanto, os desafios na identificação de menções em blogs e os preconceitos na seleção de fontes são considerações importantes ao analisar estes canais altmétricos.

No que diz respeito às correlações muito fracas ou inexistentes destacadas em negrito, observa-se uma concentração maior nos resultados dos canais quando correlacionados com Notícias. Além disso, ao analisar as correlações presentes na linha e coluna do Facebook, notam-se três correlações negativas; sendo elas com Wikipedia, X e Citações na Dimensions. Esse resultado indica que quando as menções aumentam no Facebook, há uma tendência de que elas diminuam no outro (Wikipedia, X e Citações na Dimensions), e vice-versa, embora com intensidade muito fraca (Citações na Dimensions $r=-0,00$) ou fraca (Wikipedia $r=-0,29$; X $r=-0,25$). Vale mencionar que nem todos os dados do Facebook são coletados pela ferramenta, isso porque ela precisa respeitar a política de privacidade e proteção de dados da plataforma. Nesse sentido, a baixa cobertura no Facebook dificulta a obtenção de dados completos sobre o impacto social das publicações nesta mídia social (Fachin *et al.*, 2022).

O dendograma presente na Figura 1 apresenta os agrupamentos entre os periódicos analisados, segundo suas similaridades identificadas pelo método de *cluster* hierárquico. Os periódicos foram agrupados em três *clusters*, segundo suas similaridades quanto às menções rastreadas pelo Altmetric.com: *cluster* 1 (azul) com sete periódicos; *cluster* 2 (vermelho) com dois periódicos; *cluster* 3 (verde) com nove periódicos. Dessa forma, esses agrupamentos demonstram que os periódicos agrupados apresentam comportamento de menções on-line como maiores similaridades entre si e maior distanciamento em relação às demais revistas.

Figura 1 - Dendograma com os agrupamentos dos periódicos de acordo com as suas similaridades a partir das menções on-line



Fonte: Elaborado pelas autoras a partir do software Jamovi (2024).

Dentro de cada *cluster* de periódicos, pode-se observar a formação de subconjuntos. O critério de parada dos agrupamentos considerou os pontos nos quais os saltos apresentaram maior distância, assim obtiveram-se os subconjuntos de cada *cluster*. Para interpretar essa representação, deve-se observar o comprimento dos agrupamentos horizontais: quanto mais curta é a conexão entre dois periódicos à direita do gráfico, maior é a sua semelhança estatística. À medida que as linhas se estendem para a esquerda e se fundem em nós mais distantes, a afinidade entre os grupos diminui, indicando comportamentos de menções on-line distintas. A linha preta vertical serve como o limite técnico que define onde os grupos se fragmentam, permitindo visualizar que as revistas próximas ao eixo zero compartilham perfis similares de engajamento, enquanto as conexões mais distantes (à esquerda) representam as diferenças entre os *clusters*.

Internamente, os sete periódicos participantes do *cluster* 1 (azul) estão desdobrados em dois *subclusters*. No primeiro, os periódicos Em Questão (ID4)

e Encontros Bibli (ID1) apresentam maior proximidade quando comparados com os demais periódicos do grupo em decorrência de esses dois periódicos apresentarem semelhança especialmente em relação ao número de leitores no Mendeley. Outro subconjunto evidente foi formado pelas revistas Perspectivas em Ciência da Informação (ID12) e Métodos de Información (ID11), possivelmente decorrente do fato de ambos terem números próximos de menções nos canais Wikipedia e X.

O *cluster* 2 (vermelho) é constituído por apenas dois periódicos: Biblios (ID9) e Palabra Clave (ID6). Esses dois periódicos, um do Peru e outro da Argentina, formam um *cluster* isolado, indicando possivelmente similaridades mais fortes e muito diferentes dos demais periódicos, entre elas destaca-se inicialmente a similaridade de idioma. Ademais, em termos das menções, a principal similaridade entre eles é o uso do Facebook, uma vez que em ambas revistas esse canal representa mais de 20% do total de menções, além de apresentar valores significativos no número de Leitores no Mendeley. Entretanto, as médias e o desvio padrão (Tabela 4) evidenciam discrepâncias e uma grande variação em relação à média de cada conjunto de canais, com exceção apenas das fontes informativas (notícias, blog e Wikipedia). Este agrupamento apresenta o menor volume de menções, com grande disparidade entre os dois periódicos.

Com o maior número de periódicos, nove no total, o *cluster* 3 (verde) apresenta dois subconjuntos maiores, sendo um deles formado por três periódicos: Revista Iberoamericana de Ciência da Informação (ID10), Infonomy (ID5) e Atoz (ID7). Esse subconjunto de periódicos apresenta como características similares a baixa expressividade de menções nas fontes informativas (notícias, blog e Wikipédia) e o maior número de menções concentrado nas mídias sociais, mais especificamente no X. O segundo subconjunto, formado por seis periódicos (Revista Interamericana de Bibliotecología (ID17), Incid (ID14), RDBCI (ID8), Informação & Informação (ID13), e-Ciencias de la Información (ID15) e Ciência da Informação em Revista (ID18)) apresenta maior dispersão entre os valores das menções recebidas. Conforme é possível observar no dendograma, há vários subconjuntos

dentro do Grupo 3, o que demonstra que esse agrupamento é bastante heterogêneo e que possivelmente essas revistas foram agrupadas em função de não apresentarem semelhanças com os outros dois grupos.

A análise do dendograma (Figura 1) e da Tabela 4 evidencia que, em geral, os *clusters* um e três são os maiores e com maior variabilidade interna (medida pelo coeficiente de variação), uma vez que, com exceção da fonte Citações no Dimensions, as demais fontes de menções apresentam variação acima de 57% (canal Wikipedia) em Grupo 1 e acima de 49% (canal X) em Grupo 3. Destaca-se que a baixa variação na fonte Citações na Dimensions pode ser justificada pela presença dos periódicos que compõem os Grupos um e três nas bases de dados Scopus e Web of Science (Wos).

A Tabela 4 apresenta as estatísticas descritivas (média e coeficiente de variação - C.V.) para cada agrupamento (*cluster*).

Tabela 4 - Estatística descritiva dos agrupamentos dos periódicos por similaridade

			CANAIS							
			Fontes Informativas			Mídias Sociais		Fontes Científicas		Total Menções
Grupo	Núm. de periódicos		Not.	Blog	Wiki	X	FB	Leitores Mend.	Cita. Dimen.	
1	N = 7	Média	2,3	16,0	16,1	374,1	17,4	2130,0	490,7	428,9
		C.V.	138%	130%	57%	65%	58%	112%	8%	58%
2	N = 2	Média	2,0	4,0	1,5	92,0	138,0	2386,0	186,0	238,5
		C.V.	141%	105%	47%	18%	17%	36%	21%	18%
3	N = 9	Média	0,3	3,9	3,9	157,4	14,6	94,8	796,9	186,2
		C.V.	212%	118%	83%	49%	139%	788%	11%	30%

Nota: Legenda: Not.: Notícia; B.: Blog; F.: Facebook; Wiki.: Wikipedia; FB: Facebook; Leitores Mend.: Leitores no Mendeley; Cita. Dimen.: Citações na Dimensions.

Fonte: Elaborada pelas autoras.

Assim, no Grupo 1, dos sete periódicos que compõem o grupo, quatro estão indexados na Scopus (Perspectivas em Ciência da Informação, desde 2008; Transinformação, desde 2010; Encontros Bibli e Ciência da Informação

em Revista, desde 2019). A WoS apresenta maior número de periódicos indexados, seis no total (Transinformação e Perspectivas em Ciência da Informação, desde 2010; Encontros Bibli, Em Questão, Ciência da Informação em Revista e Métodos de Información, desde 2020. Já o Grupo 3, dos nove periódicos que compõem o grupo, quatro estão indexados na Scopus (e-Ciencias de la Información e InCID, desde 2018; Ciência da Informação em Revista, desde 2019; Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação, desde 2000). Na WoS estão indexados três periódicos (Ciência da Informação em Revista InCID e RDBCI, desde 2020; e-Ciencias de la Información, desde 2022). Desse modo, esse resultado sugere que a presença em bases de dados relevantes pode influenciar na variação de menções nas fontes científicas.

Por outro lado, o Grupo 2, com apenas dois periódicos de língua espanhola, apresenta quantidade de menções bastante homogêneas (C.V. abaixo de 30%) em todas as mídias sociais e fontes científicas. Todavia, assim como os Grupos um e três, o Grupo 2 apresenta alta variabilidade interna também em relação às fontes informativas. Assim, as fontes informativas (principalmente blogs) e mídias sociais (X) apresentam alta variabilidade entre os periódicos, independente do agrupamento, com alguns periódicos sendo muito mais mencionados do que outros, o que sugere que a impossibilidade de se extrair tendências similares quanto a esse tipo de canal entre os periódicos analisados.

Em função das variabilidades observadas para os Grupos um, dois e três na Tabela 4, considera-se que os canais que os assemelham internamente são: Grupos um e três: periódicos com similaridade quanto às menções recebidas na fonte científica Citações na Dimensions, sendo a quantidade de menções recebidas por um periódico do Grupo 1 em média 1,6 maior que a quantidade de menções recebidas por um periódico do Grupo 1 ; Grupo 2: periódicos similares quanto às menções nas mídias sociais e nas fontes de informação científica.

Em relação aos canais de mídias sociais, observa-se que, apesar de uma significativa variabilidade interna nos três grupos, os periódicos do Grupo 1 tendem a ter maior quantidade de menções nas fontes informativas e na mídia social X. Por outro lado, os periódicos do Grupo 2 tendem a ter maior quantidade de menções na mídia social Facebook e na fonte científica Leitores

do Mendeley. Os periódicos do Grupo 3, por sua vez, têm em média as maiores quantidade de menções na fonte científica Citações do Dimensions.

4 Considerações finais

Este estudo buscou caracterizar as similaridades das relações entre os canais alternativos nos quais a produção científica da área de Ciência da Informação tivesse sido mencionada. Para tanto, verificou-se a lista de periódicos indexados na Brapci para em seguida analisar quais tinham menções rastreadas na Altmetric.com. Foram identificados 47 revistas com menções na plataforma, contudo foram considerados apenas aqueles com pelo menos 100 menções (18 periódicos) rastreadas em canais de fontes informativas (notícias, blogs e Wikipedia), mídias sociais (X e Facebook) e fontes científicas (número de leitores no Mendeley e citações na Dimensions).

Com a análise dos dados, foi possível perceber que de modo geral, os canais de informação analisados possuem correlações fracas ou muito fracas entre si. Isso pode acontecer por diversos motivos, como por exemplo público alvo de cada canal, o idioma, o objetivo de cada plataforma e o papel que desempenha na comunidade científica, ou até mesmo a falta de planejamento e estratégia de presença on-line por parte dos periódicos científicos. Além disso, infere-se que, por os periódicos estarem indexados em bases de dados relevantes, como a Scopus e a WoS, a baixa similaridade encontrada nas menções relacionadas às citações do Dimensions (apresentada no dendograma do agrupamento dos periódicos considerando a similaridade) pode ser causada por isso.

Em função da composição dos agrupamentos de periódicos, observou-se que não há diferença quanto à atenção on-line recebida pelos periódicos associada ao idioma – português e espanhol –, uma vez que dois dos três agrupamentos abrangem periódicos dos dois idiomas.

Ainda, as correlações mais fortes acontecem entre os canais que têm relação com as métricas tradicionais (citação), apontando que as métricas alternativas ainda capturam mais esses indicadores do que seus próprios indicadores. É, também, importante ressaltar que, no que diz respeito aos canais

de mídias sociais, à medida que há mais menções em um deles, a tendência é de que haja uma diminuição de menções no outro, isso porque como resultado obteve-se uma correlação (embora fraca) e negativa, assim eles nem sempre serão utilizados juntos para a divulgação de uma pesquisa científica.

Entende-se que as estratégias de presença on-line podem variar de acordo com o objetivo de cada periódico, por exemplo: se a estratégia for aumentar o Altmetric Attention Score, a equipe responsável pode avaliar os canais que mais pontuam na plataforma (notícias e blog) e definir como divulgar a sua produção nessas plataformas. Por outro lado, se o objetivo for aumentar o número de menções em determinado canal a fim de alcançar novos públicos e consolidar a presença on-line do periódico, sem considerar a pontuação aferida pela Altmetric.com, é preciso adotar outras estratégias. Portanto, é necessário que os objetivos de cada periódico estejam claros para que as suas estratégias possam ser alinhadas de acordo com cada canal alternativo.

Como limitações desta pesquisa, destaca-se o baixo número de menções referentes aos periódicos analisados, além da alta variabilidade dos dados (alguns periódicos tinham vários canais sem nenhuma menção rastreada). Também a composição do *corpus* de análise – periódicos com pelo menos 100 menções – configura uma limitação deste estudo, que circunscreve a análise a periódicos latino-americanos da Ciência da Informação consolidados quanto à atenção e visibilidade on-line em canais alternativos. Nesse sentido, em continuidade a este estudo, sugere-se que novas pesquisas sejam realizadas tanto para outras áreas do conhecimento, como regiões geográficas, assim como para periódicos com atenção on-line ainda não consolidada.

Além disso, as diretrizes da Altmetric.com não contabilizam em sua pontuação ponderada o número de leitores no Mendeley e de Citações na Dimensions. Assim, foi preciso unir os dados de diferentes planilhas para que a caracterização pudesse considerar também estes canais. Para estudos futuros, sugere-se a análise da presença on-line dos periódicos, por meio da análise dos perfis que eles mantêm nos canais da web social, a fim de que a atenção on-line possa ser contextualizada de forma a entender se ela vem sendo planejada de forma intencional ou não.

Financiamento

Esta pesquisa foi financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), N.R.D. n. 88887.830985/2023-00.

Referências

ALTMETRIC. **Altmetric Explorer**. London: Altmetric, 2024.

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira. Altmétrie e rede de comunidades de atenção no Twitter: primeiros passos de uma proposta teórico-metodológica. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 19., 2018, Londrina. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: ANCIB, 2018. p. 4251-4269.

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira; FURNIVAL, Ariadne Chloe Mary. Comunicação científica e atenção online: em busca de colégios virtuais que sustentam métricas alternativas. **Informação & Informação**, Londrina, v. 21, n. 2, p. 68-89, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.5433/1981-8920.2016v21n2p68>. Acesso em: 25 abr. 2025.

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira; MURAKAMI, Tiago Rodrigo Marçal; CIRINO, Sergio Dias; OLIVEIRA, Carla Cristina Vieira. Atenção online de artigos do Portal de Periódicos da UFMG: análise dos dados do Facebook. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 5, n. esp., p. 25-36, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.28998/cirev.%25y025-36>. Acesso em: 21 set. 2024.

BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. 1 esp., p. 1-12, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.5433/1981-8920.2010v15n1esp1>. Acesso em: 21 set. 2024.

BRAPCI. Revistas indexadas. **BRAPCI - Base de Dados em Ciência da Informação**, Porto Alegre, 2024.

COSTAS, Rodrigo; ZAHEDI, Zohreh; WOUTERS, Paul. Do “altmetrics” correlate with citations? Extensive comparison of altmetric indicators with citations from a multidisciplinary perspective. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, New Jersey, v. 66, n. 10, p. 2003-2019, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/asi.23309>. Acesso em: 25 abr. 2025.

CUNHA, Murilo Bastos. Fontes primárias - periódicos. *In*: CUNHA, M. B. **Para saber mais: fontes de informação em ciência e tecnologia**. Brasília: Briquet de Lemos, 2001. p. 16-29.

FACHIN, Juliana; WERLANG, Elisabete; ARAÚJO, Ronaldo Ferreira; BLATTMANN, Úrsula. Visibilidade, atenção online e impacto das interações nas publicações científicas. **Biblos: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, Rio Grande, v. 36, n. 1, p. 184-205, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.14295/biblos.v36i1.13126>. Acesso em: 21 set. 2024.

FANG, Zhichao; COSTAS, Rodrigo. Studying the accumulation velocity of altmetric data tracked by Altmetric.com. **Scientometrics**, New York, v. 123, n. 2, p. 1077-1101, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03405-9>. Acesso em: 18 set. 2021.

FRANCO, Francielle; DELBIANCO, Natalia Rodrigues. Menções da produção científica brasileira em CI. **Zenodo**, [s. l.], 2024. Dados de pesquisa. Disponível em: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13824149>. Acesso em: 21 set. 2024.

FERREIRA, Márcia R.; MONGEON, Philippe; COSTAS, Rodrigo. Large-scale comparison of authorship, citations, and tweets of Web of Science authors. **Journal of Altmetrics**, New York, v. 4, n. 1, p. 1-11, 2021. Disponível em: <http://doi.org/https://doi.org/10.29024/joa.38>. Acesso em: 20 set. 2024.

GOMES, Cristina Marques. **Comunicação científica: alicerces, transformações e tendências**. Covilhã: LabCom Livros, 2013.

HAIR, Joseph F.; BLACK, William C.; BABIN, Barry J.; ANDERSON, Rolph E.; TATHAM, Ronald L. **Análise multivariada de dados**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HJØRLAND, Birger. Domain analysis. *In*: INTERNATIONAL SOCIETY FOR KNOWLEDGE ORGANIZATION (ISKO). **Encyclopedia of Knowledge Organization**. Copenhagen: ISKO, 2017.

JAMOVI. **Jamovi**: (versão 2.3.28.0). Sydney: Jamovi Project, 2024.

JESUS, Aline. A evolução da plataforma do Twitter em imagens e vídeos. **TechTudo**, Rio de Janeiro, 21 mar. 2012.

MAZOV, Nikolay A.; GUREYEV, Vadim N. Nontraditional approaches to assessing journal importance: case study of Russian journals on Earth sciences.

Serials Review, London, v. 46, n. 1, p. 10-20, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/00987913.2020.1730145>. Acesso em: 28 abr. 2025.

MEIRELLES, Rodrigo França. Caracterização. In: MEIRELLES, Rodrigo França. **Gestão do processo editorial eletrônico, baseado no modelo Acesso Aberto**: estudo em periódicos da Universidade Federal da Bahia (UFBA). 2009. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009. f. 26-35.

MUELLER, Suzana Pinheiro Machado. O periódico científico. In: CAMPELLO, Bernadete Santos; CENDÓN, Beatriz Valadares; KREMER, Jeannette Marguerite (org.). **Fontes de informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2000. p. 73-95.

MUELLER, Suzana Pinheiro Machado. A comunicação científica e o movimento de acesso livre ao conhecimento. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 35, n. 2, p. 27-38, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0100-19652006000200004>. Acesso em: 21 set. 2024.

ORTEGA, José Luis. The life cycle of altmetric impact: a longitudinal study of six metrics from PlumX. **Journal of Informetrics**, Amsterdam, v. 12, n. 3, p. 579-589, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.joi.2018.06.001>. Acesso em: 15 set. 2024.

ORTEGA, José Luis. The presence of academic journals on Twitter and its relationship with dissemination (tweets) and research impact (citations). **Aslib Journal of Information Management**, Bradford, v. 69, n. 6, p. 674-687, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/AJIM-02-2017-0055>. Acesso em: 28 abr. 2025.

PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. Mutações na ciência da informação e reflexos nas mandalas interdisciplinares. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 28, n. 3, p. 115-134, 2018.

PRIEM, Jason; TARABORELLI, Dario; GROTH, Paul; NEYLON, Cameron. Altmetrics: a manifesto. 2010. **Altmetrics.org**, London, 18 Sept. 2010.

REPISO, Rafael; CASTILLO-ESPARCIA, Antonio; TORRES-SALINAS, Daniel. Altmetrics, alternative indicators for Web of Science communication studies journals. **Scientometrics**, New York, v. 119, n. 2, p. 941-958, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11192-019-03070-7>. Acesso em: 28 abr. 2025.

ROBINSON-GARCÍA, Nicolás; TORRES-SALINAS, Daniel; ZAHEDI, Zohreh; COSTAS, Rodrigo. New data, new possibilities: Exploring the insides of Altmetric.com. **El Profesional de la Información**, Barcelona, v. 23, n. 4, p. 359-366, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.3145/epi.2014.jul.03>. Acesso em: 25 abr. 2025.

TARGINO, Maria das Graças; TORRES, Názia Holanda. Comunicação científica além da ciência. **Ação Midiática**, Curitiba, n. 7, p. 1-12, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.5380/am.v1i7.36899>. Acesso em 21 set. 2024.

TAYLOR, Michael. Slow, slow, quick, quick, slow: five altmetric sources observed over a decade show evolving trends, by research age, attention source maturity and open access status. **Scientometrics**, New York, v. 128, n. 4, p. 2175-2200, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11192-023-04653-1>. Acesso: 15 set. 2024.

THELWALL, Mike. Three practical field normalised alternative indicator formulae for research evaluation. **Journal of informetrics**, Amsterdam, v. 11, n. 1, p. 128-151, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.joi.2016.12.002>. Acesso em: 18 set. 2024.

WANG, Xu. Characteristics analysis and evaluation of discourse leading for academic journals: perspectives from multiple integration of altmetrics indicators and evaluation methods. **Library Hi Tech**, Bingley, v. 42, n. 4, p. 1057-1079, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/LHT-04-2022-0195>. Acesso em: 28 abr. 2025.

WANG, Justin; ALOTAIBI, Naif M.; IBRAHIM, George M.; KULKAMI, Abhaya V.; LOZANO, Andres M. The spectrum of altmetrics in neurosurgery: the top 100 ‘trending’ articles in neurosurgical journals. **World Neurosurgery**, Amsterdam, v. 103, p. 883-895, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.wneu.2017.04.157>. Acesso em: 28 abr. 2025.

Similarity between the online attention of Latin American scientific journals in Information Science across alternative channels

Abstract: This study aims to characterize the similarity of online attention received by scientific journals in the field of Information Science, indexed in Brapci, across alternative channels. The methodology consisted of collecting altmetric data through the Altmetric.com platform, considering mentions in informational sources (news, blogs, Wikipedia), social media platforms (X, Facebook), and scientific sources (Mendeley and Dimensions), for 18 journals with at least 100 mentions tracked by the platform. Descriptive analyses, Pearson correlation, and hierarchical cluster analysis were applied to identify patterns and groupings among the journals. The results revealed that most correlations between channels are weak or non-existent, indicating low similarity in mention patterns. Exceptions were observed between Mendeley readers and Dimensions citations, between X and news, and between Dimensions citations and blogs. The cluster analysis grouped the journals into three clusters with distinct characteristics of online attention, highlighting different predominant channels in each group. The study shows that online attention varies according to each journal's online presence strategy. It is concluded that more planned strategies are needed by journals to increase their visibility across alternative channels. As limitations, the study highlights the high variability of the data and the exclusion of journals with fewer than 100 mentions. Future research may explore online attention behavior across the full range of Brapci journals, in addition to qualitative analysis of journal profiles on web-based social channels.

Keywords: online attention; cluster analysis; Pearson correlation; journal-level metrics; Brapci

Declaração de autoria

Concepção e elaboração do estudo: Francielle Franco, Natalia Rodrigues Delbianco

Coleta de dados: Francielle Franco, Natalia Rodrigues Delbianco

Análise e interpretação de dados: Francielle Franco, Natalia Rodrigues Delbianco, Maria Cláudia Cabrini Grácio

Redação: Francielle Franco, Natalia Rodrigues Delbianco, Maria Cláudia Cabrini Grácio

Revisão crítica do manuscrito: Francielle Franco, Natalia Rodrigues Delbianco, Maria Cláudia Cabrini Grácio

Declaração de disponibilidade de dados

Todo o conjunto de dados que dá suporte aos resultados deste estudo está disponível em FRANCO, Francielle; DELBIANCO, Natalia Rodrigues. Menções da produção científica brasileira em CI. Zenodo, 2024. Dados de pesquisa. Disponível em: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13824149>.

Autoria para correspondência

Francielle Franco

franfranco.santos@gmail.com

Editor-chefe

Thiago Henrique Bragato Barros

Como citar

FRANCO, Francielle; DELBIANCO, Natalia Rodrigues; GRÁCIO, Maria Cláudia Cabrini. Similaridade entre a atenção on-line de periódicos científicos latino-americanos da Ciência da Informação em canais alternativos. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 32, e-147191, 2026. DOI: <https://doi.org/10.1590/1808-5245.32.147191>

Recebido: 29/04/2025

Aceito: 01/04/2026

Copyright (c) 2026, Francielle Franco, Natalia Rodrigues Delbianco, Maria Cláudia Cabrini Grácio. Este trabalho está licenciado sob uma licença [Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Autores mantêm os direitos autorais e concedem à revista o direito de primeira publicação, com o trabalho licenciado sob a Licença Creative Commons Attribution (CC BY 4.0), que permite o compartilhamento do trabalho com reconhecimento da autoria. Os artigos são de acesso aberto e uso gratuito.



¹ A BRAPCI é uma base de periódicos da Ciência da Informação de acesso aberto em língua portuguesa e espanhola, que autoriza a coleta de dados. Todavia, há dois periódicos que publicam em língua portuguesa e espanhola (Awari e Iberoamerican Journal of Science Measurement and Communication) se descrevem como periódicos Latino e Ibero-americano, mas foram adquiridas pela Pro-Metrics. Trata-se de uma empresa privada que fornece serviços editoriais e de publicação acadêmica situada na Estônia.