



LAS DIEZ CLAVES SOBRE MÉTRICAS ALTERNATIVAS



Daniel Torres-Salinas

EC3metrics Spin Off-UGR y
Universidad de Navarra
torressalinas@gmail.com



Rafael Ruíz-Pérez

Grupo EC3 y EC3metrics Spin Off-UGR,
Universidad de Granada
rruiz@ugr.es

* Febrero de 2015

* Texto enviado a Unelibros

1. MÉTRICAS VINCULADAS A LA WEB 2.0 O WEB SOCIAL

Las conocidas como métricas alternativas o, en su terminología anglosajona, altmetrics son nuevos indicadores bibliométricos que se están proponiendo para establecer el impacto científico. Estas medidas se generan por las interacciones de los usuarios en diferentes plataformas y servicios de la web 2.0. Por tanto nos referimos a medidas como las veces que un artículo se comparte, se guarda en una biblioteca digital, se marca como favorito o se comenta en un blog.

2. MÚLTIPLES FUENTES DE INFORMACIÓN Y SERVICIOS

Para calcular las altmetrics existen múltiples servicios tanto de carácter científico como generalista. Los más habituales son los de microblogging (Twitter), los gestores de referencias (Mendeley, CiteULike) o las redes sociales (Facebook, Researchgate). También podemos obtener altmetrics en plataformas que las compilan de diferentes fuentes en una única salida como Impact Story o altmetric.com. Frente a la bibliometría tradicional, centrada en pocas fuentes y en las citas, las altmetrics se caracterizan por una heterogeneidad de fuentes y medidas.

3. ORIENTADAS AL ARTÍCULO FRENTE A LA REVISTA

Lo habitual a la hora de evaluar el impacto de los artículos es basarse en el prestigio de las revistas a través del Factor de Impacto y sus medidas derivadas (cuartiles,

deciles, etc...), valores que habitualmente heredan los trabajos e investigadores. Las altmetrics quieren superar esta limitación metodológica tan habitual y medir el impacto que tiene el artículo, por ello se habla Article Level Metrics, una perspectiva que nos permite superar una de las críticas actuales a la bibliometría.

4. MEDIDAS DEL IMPACTO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

Si bien no se ha determinado de forma unívoca su significado, si existe cierto consenso a la hora de señalar que las altmetrics son capaces de captar una vertiente del impacto social de la actividad científica. Los indicadores alternativos son generados por todo tipo de públicos como estudiantes, profesores no universitarios, profesionales y público en general, facilitando por ello su conocimiento y difusión en contextos diferentes al científico.

5. NO VIENEN A SUSTITUIR VIENEN A COMPLEMENTAR

Al ofrecer otra dimensión sobre el impacto de la ciencia los indicadores alométricos se pueden convertir en el futuro en el complemento perfecto de los indicadores bibliométricos. No tiene sentido proponer la sustitución de las métricas tradicionales por las nuevas, pero si es razonable que las medidas alternativas sirvan para paliar y evitar las limitaciones de la bibliometría tradicional y puedan ayudarnos a trazar el retrato completo del impacto científico.

6. VINCULADAS A TODO TIPO DE MATERIALES ACADÉMICOS

Frente a la bibliometría tradicional centrada en las publicaciones en revistas las nuevas métricas amplían la cartera de los ítems evaluables. Con las altmetrics podemos conocer la difusión en redes sociales de cualquier material depositado en un repositorio académico, de un blog científico, de los sets de datos de investigación... Estas características, en contextos donde contamos con menos métricas como ocurre con los libros, donde además el espectro de lectores es más heterogéneo, pueden ser especialmente útiles.

7. MEDICIÓN DEL IMPACTO EN TIEMPO REAL

Una de las virtudes de las altmetrics es que nos permiten conocer el impacto de un trabajo casi inmediatamente después a su publicación. Un artículo puede ser tuiteado o citado en un blog en los minutos posteriores a su publicación. Estas medidas por tanto se caracterizan por su inmediatez y permiten saber el interés que despiertan los trabajos casi en tiempo real. Es una ventaja frente a los indicadores bibliométricos donde a veces pueden transcurrir años para que un trabajo sea citado de forma significativa.

8. EVANESCENCIA E UBICUIDAD DE LAS MÉTRICAS

No hay que olvidar que si bien los indicadores bibliométricos son habitualmente reproducibles, las alométricas pertenecen a la denominada cultura líquida. Habitualmente las plataformas donde se almacenan los trabajos, y que a la postre

generan los indicadores, suelen tener ciclos de vida muy exigüos y pueden desaparecer. Asimismo los usuarios que generan los indicadores pueden darse de baja de los servicios o los mismos materiales retirarse de las plataformas.

9. PUEDEN SER FÁCILMENTE MANIPULABLES

Debido a su carácter abierto y al generarse en un entorno con pocos controles la manipulación de los indicadores es fácil. Una de las cuestiones que más preocupa a los expertos es lo que se ha denominado como el *gaming altmetrics*, es decir realizar prácticas cuestionables dirigidas a que un trabajo tenga mayor difusión. Estas prácticas van desde la creación de perfiles con usuarios falsos a efectuar una difusión de las publicaciones con técnicas y métodos cercanos al spam.

10. UN FRENTE DE INVESTIGACIÓN ABIERTO

La mayor parte de los investigadores del ámbito de la bibliometría, si bien perciben el potencial de estas nuevas métricas, aún manifiestan que es necesario profundizar en su investigación para fijar su validez científica y estadística, establecer las fuentes más adecuadas para recopilar los datos y determinar su significado sobre el impacto que proporcionan.

BIBLIOGRAFÍA

Cabezas-Clavijo, Álvaro; Torres-Salinas, Daniel; Delgado-López-Cózar, Emilio. **Ciencia 2.0: catálogo de herramientas e implicaciones para la actividad investigadora**. *El profesional de la información*, 2009, vol. 18, no 1, p. 72-80

Priem, Jason; Piwowar, Heather A.; Hemminger, Bradley M. **Altmetrics in the wild: Using social media to explore scholarly impact**. *arXiv preprint arXiv:1203.4745*, 2012.

Thelwall, Mike, et al. **Do altmetrics work? Twitter and ten other social web services**. *PloS one*, 2013, vol. 8, no 5, p. e64841.

Torres-Salinas, Daniel; Cabezas-Clavijo, Álvaro; Jiménez Contreras, Evaristo. **Altmetrics: nuevos indicadores para la comunicación científica en la Web 2.0**. *Comunicar*, 2013, vol. 21, no 41, p. 53-60.

Torres-Salinas, Daniel; Ruiz-Pérez, Rafael; Delgado López-Cózar, Emilio. **Google Scholar como herramienta para la evaluación científica**. *El profesional de la información*, 2009, vol. 18, no. 5, p. 501-510

Zahedi, Zohreh; Costas, Rodrigo; Wouters, Paul. **How well developed are altmetrics? A cross-disciplinary analysis of the presence of 'alternative metrics' in scientific publications**. *Scientometrics*, 2014, vol. 101, no 2, p. 1491-1513.