

## VISIBILIDADE, ATENÇÃO ONLINE E IMPACTO DAS INTERAÇÕES NAS PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS

**Juliana Fachin**

Doutora em Ciência da Informação.  
Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. julianafacchin@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0003-0883-642X>.

**Elisabete Werlang**

Doutora em Ciência da Informação; Pesquisadora Autônoma, BW Editora de Arte, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. betewerlang@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0001-6910-616X>.

**Ronaldo Ferreira Araújo**

Doutor em Ciência da Informação.  
Universidade Federal do Alagoas, Maceió, Alagoas, Brasil; ronaldfa@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0003-0778-9561>

**Ursula Blattmann**

Doutora em Engenharia de Produção; Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. ublattmann@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-8834-0987>

### RESUMO

O impacto das publicações científicas, avaliado principalmente pelo Fator de Impacto, atualmente pode também ser aferido pela presença das publicações em diferentes mídias, acadêmicas e sociais. A interação dos usuários com este conteúdo influencia na visibilidade, atenção *online* e impacto do conteúdo científico, por meio da análise de visualizações, curtidas, compartilhamentos, leituras, acessos e, das citações. Esta pesquisa exploratória descritiva teve como objetivo averiguar a visibilidade, a atenção *online* e o impacto das publicações científicas, aferidas por meio da performance dos trabalhos publicados pela Revista Estudos Feministas-REF em distintas redes sociais. Os dados foram coletados em bases de referência: *Dimensions*, *Analytics SciELO*, *Google Acadêmico*, *Mendeley*, *Facebook* e *Twitter*, com recorte temporal de 2015, 2016 e 2017. A performance da REF na *web* está centrada no *Mendeley* e de forma tímida no *Twitter*, nas redes acadêmicas, o periódico está centrado nas bases: *SciELO*, *Web of Science* e *Dimensions*. O periódico tem tido maior interação nas redes acadêmicas, alavancando o impacto alternativo das publicações. Pondera que a exposição na *web* resulta em indicadores de impacto alternativo. A análise mostra que os indicadores se complementam, possibilitando verificar quais publicações são mais consultadas e consideradas relevantes pelos usuários, que deixam de ser apenas a comunidade científica, envolvendo toda a sociedade.

**Palavras-chave:** Visibilidade. Atenção *online*. Impacto alternativo e tradicional.

### VISIBILITY, ONLINE ATTENTION AND IMPACT INTERACTIONS IN SCIENTIFIC PUBLICATIONS

#### ABSTRACT

The impact of scientific publications, assessed mainly by the Impact Factor, currently can also be gauged by the presence of publications in different media, both academic and social. The interaction of users with this content influences the visibility, *online* attention and impact of scientific content, through the analysis of views, likes, shares, readings, accesses, and citations. This descriptive exploratory research aimed to ascertain the visibility, *online* attention and the impact of scientific publications, through the performance of the works published by Revista Estudos Feministas-REF. The data were collected in reference bases: *Dimensions*, *Analytics SciELO*, *Google Scholar*, *Mendeley*, *Facebook* and *Twitter*, with a time frame of 2015, 2016 and 2017. REF's performance on the web is centered on *Mendeley* and timidly on *Twitter*, in academic networks it is in *SciELO*, *Web of Science* and *Dimensions*. The journal has had greater interaction in academic net works, leveraging the alternative impact of publications. He considers that exposure on the web results in alternative impact indicators. The analysis shows that the indicators complement each other, making it possible to verify which publications are most consulted and considered relevant by users, who are no longer just the scientific community, involving the whole society.

**Keywords:** Visibility. Attention *online*. Alternative and traditional impact.

Recebido em: 02/06/2022

Aceito em: 08/07/2022

Publicado em: 09/09/2022



## 1 INTRODUÇÃO

A disseminação do conteúdo científico vem ocasionando diversos impactos na comunicação científica, os quais podem ser analisados e avaliados para identificar tendências, público alvo, redes de usuários, interesse de leitores e possíveis ações editoriais que podem ajudar a alavancar o acesso e usos do conteúdo científico em canais de comunicação distintos.

A presença de publicações científicas em diferentes mídias: acadêmicas e sociais, faz com que haja a necessidade de estudos sobre a interação de usuários com esse tipo de conteúdo em ambientes distintos. É possível verificar como essas ações influenciam diretamente na visibilidade, atenção e impacto do conteúdo científico, em diferentes ambientes, por meio da análise de características específicas como visualizações, curtidas, compartilhamentos, leituras, acesso e citação (FACHIN; WERLANG; BLATTMANN, 2021).

Estudos como esse, tem sido frequentes em pesquisas altmétricas, que visam identificar quais ferramentas ou ambientes eletrônicos surtem maior efeito sob os três elementos citados: visibilidade, atenção *online* e impacto de um conteúdo científico. Priemet *al.* (2010: s.p.) destacam que, a “Altmetrics expande nossa visão sobre o impacto causado, e também, sobre o que está causando o impacto [...] rastreia o impacto fora da academia, o impacto de trabalhos influentes, mas não citados, e o impacto de fontes que não são revisadas por pares.” A altmetria visa verificar diferentes tipos de impactos que vão além das citações em trabalhos científicos, a *web* é um lugar dinâmico e múltiplo, necessitando diferentes olhares.

Quintanilha (2012, s.p.) enfatiza que, na propagação de conteúdo se aplica a "lei dos 90/9/1, no qual, 1% do mercado é constituído por influenciadores, 9% são os multiplicadores (os que editam, curtem, retuitam, comentam, remixam conteúdos) e 90% são consumidores passivos". Neste caso, há a necessidade de que a equipe editorial se adeque e passe a ser influenciadora de conteúdo científico na área da qual atua, a fim de obter maior visibilidade para seu conteúdo.

Várias editoras científicas têm assumido essa postura, como o caso da *Nature*(2012), que movimentou as redes sociais e científicas com conteúdo que tomou proporções internacionais, devido ao alcance das redes e da adequação do conteúdo



para cada ambiente distinto.

No documento que trata dos critérios de admissão e permanência das revistas científicas em sua coleção, o programa *Scientific Eletronic Library Online - SciELO Brasil* (2020) aborda aspectos que visam a qualidade e o alinhamento das revistas científicas brasileiras ao movimento da ciência aberta e aos padrões internacionais para indexação destas, em sua plataforma, assim como as novas diretrizes de avaliação por meio das citações recebidas dos periódicos, realizada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES (2019), disponíveis no documento de orientação do órgão.

Essas são as motivações que instigaram o desenvolvimento desta pesquisa, com o objetivo de averiguar a visibilidade, atenção *online* e o impacto das publicações científicas, contribuindo com os editores quanto a quais indicadores podem ser observados para análise dos impactos do conteúdo científico do qual editam.

## 2 METODOLOGIA

Conforme Cervo, Bervian e Silva (2007) o estudo se caracteriza de cunho exploratório descritivo, já que visa explorar e descobrir algo sobre o objeto estudado. Emprega a revisão de literatura na coleta e análise dos dados.

Para viabilizar esta pesquisa, averiguamos a performance de um único periódico, a fim de exemplificar as ações de impacto nas distintas plataformas de análise. O periódico escolhido foi a REF- Revista Estudos Feministas do Instituto de Estudos de Gênero da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. A justificativa da escolha da revista REF, como amostra, se deve a algumas características: publicação latina americana, de acesso aberto, com representatividade internacional, indexada no SciELO e com fator de impacto já estabelecido.

A REF publica textos desde sua criação em 1992, portanto, 27 anos de publicação com 71 números lançados até a data presente (REF, 2019).

A pesquisa teve o intuito de averiguar a performance da publicação sobre os três aspectos da comunicação científica: visibilidade (visualizações), atenção *online* (downloads e altmetrics) e impacto (citações e usos).

Para verificar a visibilidade, foram levantados dados no *AnalyticsSciELO* e *Mendeley*



e dados disponibilizados pela REF (2019). Mas para obter dados de atenção *online*, foram utilizados os dados da página do Facebook, do Twitter, e os dados da base de referência Dimensions. A mensuração do impacto foi feita com base nos dados obtidos no *AnalyticsSciELO*, Google Acadêmico e na base de referência *Dimensions*. Todos os dados da Dimensions foram obtidos por meio de API – chave de acesso informacional, no qual foi pesquisado pelo título do periódico, em todo o período de publicação do recorte. A pesquisa seguiu ao recorte temporal do triênio: 2015, 2016, 2017, coletados na data de 20 de junho de 2019, obtendo 335 textos que compuseram o cenário da amostra.

### 3 INDEXAÇÃO E AVALIAÇÃO DAS PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS NO SCIELO E CAPES

O SciELO passou a considerar os índices de citações recebidas pelos artigos no Google Scholar, dos quais são utilizados para a avaliação de periódicos ingressantes, para as revistas que ainda não possuem indicadores no JCR; para a permanência das revistas na coleção, são empregados os indicadores métricos do *SciELOCitation Index* e da *Web of Science*, esses parâmetros são utilizados para definir quem fica e quem sai da coleção (SCIELO, 2020).

As ferramentas e ambientes *web* de disseminação de conteúdo passam a integrar o sistema de avaliação das revistas científicas. Nos critérios SciELO, atualizados e publicados em 2020, são apresentadas as exigências, de que as revistas desenvolvam planos de marketing que compreendam ações de comunicação efetivas com os atores envolvidos no processo da editoração científica; envio de *press releases* dos artigos publicados para a divulgação em canais como o *blogSciELO* em Perspectiva e a sugestão de que as revistas estabeleçam parcerias com a agência de notícias Bori, especializada na divulgação de conteúdo científico para veículos de comunicação. O plano de marketing deve incluir ainda o uso de redes sociais como Twitter e Facebook; também há orientações para que haja a colaboração junto aos autores para divulgação nessas redes sociais e acadêmicas, como o *Academia.edu*, *Mendeley ResearchGate* (SCIELO, 2020).

Com as mudanças no cenário da comunicação científica e a integração de ambientes de divulgação em redes não tradicionais, as agências de avaliação e fomento de pesquisa estão se adequando para esse novo olhar para a publicação científica. No Brasil a CAPES está adaptando seu sistema com uma nova metodologia da avaliação do



Qualis, o qual passa a se basear no uso combinado de indicadores bibliométricos, classificando as revistas somente em sua área principal de atuação, considerando o número de citações recebidas pelas revistas em três bases: *Scopus*, *Web of Science* e *Google Scholar*, retirando a obrigatoriedade de estar em determinadas bases para receber o extrato 'A' (CAPES, 2019). Isso quer dizer que, se um periódico receber várias citações em uma das três bases mencionadas, o que vai ser considerado é o maior valor dentre elas e, se este valor ficar acima de 87,5 pontos, já é o suficiente para que o periódico receba o extrato A1.

Desta forma, a avaliação do Qualis (2019) pretende ser igualitário, seguindo a quatro princípios:

- a) cada periódico receberá uma única classificação, extinguindo a classificação das diversas áreas;
- b) a classificação será dada pela área mãe. Para os periódicos interdisciplinares, a definição da área de avaliação e classificação seguirá a análise do quantitativo das publicações do periódico, que seguirá o maior número de publicações em uma única área, nos anos de referência da avaliação (CAPES, 2019, p. 2);
- c) utilização de um Qualis referência: aplicada por meio do uso combinado de indicadores bibliométricos em um modelo matemático padrão, para todos os periódicos;
- d) aplicação de indicadores bibliométricos: utilizando o índice h5 de uma das três bases: *Scopus*, *Web of Science* e *Google Scholar*.

A nova metodologia de avaliação se utiliza de um modelo de regressão para criar uma correlação entre os valores do h5, do *CiteScore*, para que os periódicos que possuem apenas o h5 do Google Scholar tenham um correspondente em percentil, com relação aos demais índices do *Scopus* (*CiteScore*) e da *Web of Science* (Fator de Impacto) (CAPES, 2019).

A nova avaliação Qualis considera somente os índices bibliométricos, ou seja, as citações que um conteúdo recebeu pela comunidade científica nos últimos anos, já, os novos critérios de avaliação do SciELO, consideram também outros usos do conhecimento científico publicado, além da comunidade científica, analisando a repercussão mais recente e os usos dados por toda a sociedade.



No Brasil, todo periódico científico de acesso aberto, só recebe auxílio financeiro se tiver um determinado extrato Qualis, por isso, é importante para a equipe editorial alcançar determinados níveis de representatividade, ocorridas das citações, para que com isso, possam solicitar e receber subsídios financeiros para a manutenção do fluxo editorial e todos os encargos que esse processo gera, pois, a ciência não se faz apenas com altruísmo.

Utilizar as redes sociais representa visibilidade para o periódico e suas publicações científicas, podendo gerar um fluxo maior de leituras dos materiais publicados e possivelmente fomentar novas citações, isso quer dizer que, as redes sociais e acadêmicas, podem ajudar a alavancar os indicadores de mensuração da revista, conforme os novos parâmetros SciELO e de citação do Qualis no Brasil, já que prioriza o Google Scholar.

#### 4 VISIBILIDADE, ATENÇÃO ONLINE E IMPACTO

Como foi dito, as redes sociais, quando utilizadas para a promoção da divulgação científica, podem desempenhar um papel importante na disseminação e uso do conteúdo científico, influenciando nos sistemas de avaliação e mensuração de impacto desses periódicos. Para entendimento deste processo, é preciso compreender as três finalidades distintas, a visibilidade, a atenção *online* e o impacto desse tipo de conteúdo, tanto nas redes sociais como nas acadêmicas.

A visibilidade está relacionada com a amplitude de visualizações do conteúdo, principalmente em meio eletrônico, no qual a possibilidade de propagação da publicação científica é maior. Araújo (2014) enfatiza que a visibilidade tem relação com o número de pessoas que estão tendo acesso ao conteúdo. E que o marketing científico digital pode ajudar a aumentar a visibilidade dos periódicos científicos na *web* (ARAÚJO, 2015; 2018). O compartilhamento nas redes permite alta visibilidade e ampla disseminação do conteúdo científico, nos mais diversos canais de comunicação, formais e informais.

A Nature (2012) publicou um editorial no qual indica a prática de marketing científico como forma para dar visibilidade para a publicação científica, tanto por parte do autor quanto a do periódico ou da editora. A própria *Nature* tem feito isso em sua página, que funciona como um canal de comunicação ou popularização do conhecimento científico,



assim como nas redes sociais. Outros exemplos são o SciELO em Perspectiva, a The Royal Society que publica o *Philosophical Transactions*, a *Persée* que publica o *Journal des Savants*, a PLOS, entre outros, todos promovendo a difusão e a visibilidade da publicação científica *online*, em páginas próprias e nas redes sociais.

Bar-Ilan *et al.* (2012) indicam o emprego de plataformas da *web* social como forma de se ter visibilidade para publicações científicas. Sendo assim, a visibilidade está relacionada com a presença *online* da publicação científica.

Quanto maior for a visibilidade da publicação científica, maior é a possibilidade de leitura e citação, uma coisa leva a outra. Barros (2015, p. 25) indica que “o trabalho de comunicação científica e impacto dos artigos publicados são principalmente dependentes da visibilidade dos autores e suas publicações [...]” e isso se faz, principalmente, por meio da *web*. É o princípio do marketing, se o ‘produto’ não estiver ao alcance dos olhos dos consumidores, não será consumido, adquirido, utilizado.

Atenção *online* é o termo empregado para os usos e compartilhamentos da informação científica nas redes sociais e acadêmicas. É a interação entre as ações realizadas nas redes, como as curtidas, *downloads*, compartilhamentos, visualizações, menções, comentários e reportagem do conteúdo científico. Araújo e Murakami (2016) indicam que a atenção *online* possibilita mensurar os diversos aspectos qualitativos do desempenho científico.

Araújo (2014; 2015) adverte que, a atenção *online* está diretamente ligada à audiência, alcance e interação e uso da informação científica nos diversos ambientes da *web*, como as mídias sociais, permitindo que os autores e grupos de estudos possam identificar qual público, científico ou social, tem interesse em suas pesquisas, assim como os temas que recebem maior engajamento na rede. Engajamento é a interação *online*, que acontece por meio das reações, comentários, postagens, compartilhamentos do conteúdo científico (ARAÚJO, 2018). Quanto maior for a exposição do conteúdo científico, maior é a possibilidade de que alguém venha a ler, mencionar, repostar, comentar ou citar em algum outro canal de comunicação, interagindo, dando atenção ao que foi publicado (ARAÚJO *et al.*, 2018).

De acordo com Ribeiro (2018, p. 3) "as redes sociais acadêmicas potencializam a visibilidade da produção científica gerada por meio do desenvolvimento de pesquisas sistematizadas entre pares no sistema científico global"



Para Borba, Alvarez e Carregnato (2019, p. 5), a atenção *online* de publicações científicas “tem sido intensificada nas mídias sociais, principalmente quando usuários e/ou corpo editorial de periódicos e/ou repositórios institucionais disseminam e compartilham a literatura científica em seus perfis”.

Com os dados da atenção *online* é possível saber quem são os seguidores, a rede de pessoas que leem um mesmo documento, perfil de quem compartilha, perfil de quem comenta, motivações para a interação de determinado conteúdo entre outros elementos dos quais a atenção *online* possibilita conhecer. A análise desse tipo de interação colabora para o planejamento de edições com temáticas direcionadas para o público alvo, seguidor do periódico, promovendo ações que geram distintos impactos.

A mensuração do impacto da publicação científica surge com a ideia de ‘qualidade’ das publicações, Garfield em 1955 apresenta o termo *Impact factor*, o qual é utilizado até os dias de hoje para mensurar quantitativamente o impacto científico das publicações (GARFIELD, 1972). Com base neste conceito, Garfield em 1960 funda o *Institute for Scientific Information* (ISI), o qual lança em 1966 o *Journal Citation Reports* (JCR), o que é hoje responsável por parametrizar toda publicação científica publicada na *Web of Science* (STREHL, 2005). Por meio do sistema de mensuração surgiram vários outros indicadores, como o índice *h*, *i10*, *G*, e os sistemas de acompanhamento e mensuração do impacto de publicações, autores, instituições e grupos de pesquisa. Sob a perspectiva de indicadores de impacto e de quantidade dos materiais disponíveis na internet, quanto maior for o índice de visibilidade e atenção *online*, maior será a possibilidade de o conteúdo científico ser lido e posteriormente utilizado e citado.

Ribeiro (2018, p. 71), ressalta que, “no meio acadêmico o termo impacto é visto predominantemente como sinônimo do Fator de Impacto, indicador bibliométrico criado por Eugene Garfield em 1955”. Mas que o Fator de Impacto integra um grupo de indicadores que foram, ao longo do tempo, criados a fim de identificar, classificar e mensurar os usos da comunicação científica, o que até 2010 se restringia aos usos feitos apenas pelos pesquisadores. Com o movimento do acesso aberto e com o surgimento das redes sociais e acadêmicas, o conteúdo científico está disponível para todos, mudando a dinâmica dos elementos que norteiam a comunicação científica na *web*.

Seguindo essa linha, surge o manifesto de Priem *et al.* (2010), onde os autores apresentam o conceito de *altmetrics*, um indicador alternativo de impacto social, o qual



propõe apresentar o quão uma publicação está sendo mencionada e utilizada nas redes sociais e científicas por públicos distintos, sem necessariamente gerar citação.

Araújo (2014; 2015; 2016), enfatiza que o conteúdo científico, ao circular na *web*, passa a gerar um fluxo informacional na rede e provoca a maximização da visibilidade, atenção *online* e por consequência contribui para alavancar possíveis citações, gerando impacto tradicional e os alternativos.

Ribeiro (2020) expõe que a comunicação científica deve “gerar impacto e retorno” para a comunidade e órgãos de fomento. Neste sentido, Araújo (2014) menciona que há, atualmente, uma compreensão maior sobre o que o impacto significa para a comunicação científica, considerando os diversos usos desse tipo de conteúdo em canais distintos, como as redes sociais. “Quando cientistas e pesquisadores “curtem” algo, dão visibilidade e audiência a conteúdos relevantes, o que pode ser considerado um indicador valioso do impacto de trabalhos acadêmicos” (ARAÚJO *et al.*, 2018). Dados alométricos podem gerar informações a respeito do impacto social de uma publicação, revista ou autor, denotando outros usos para além da citação!

Para contextualizar a ideia de visibilidade, atenção *online* e impacto, apresenta-se, no exemplo de um periódico, a aplicação de cada modalidade.

#### 4.1 Visibilidade das publicações científicas

Como iniciativa, o *Analytics SciELO* (2019a) apresenta de forma clara uma estrutura que propicia a comparação da visibilidade das publicações, indexadas na base, em seus diversos formatos, indicando tendências e preferências para o acesso da informação científica por parte dos leitores deste ambiente, para isso, ranqueia as edições e artigos mais visualizados por periódico.

Por tanto, para exemplificarmos estes indicadores, observamos que, das edições mais antigas da REF, duas publicadas em 2015 obtiveram os maiores índices de visualização nos diferentes formatos de acesso. Desse período, a edição com maior número de visualizações foi de 60.447 de 2015 e o menor apresenta 12.067 visualizações em 2017. Coincidentemente neste ano o formato em pdf não obteve nenhum acesso, indicando a preferência pelo formato em html, durante esse período. Os dados estão apresentados na imagem um.



**IMAGEM 1 – Edições da REF mais visualizadas (*AnalyticsSciELO*)**

**Top 100 questões por acessos** 

anterior	html	pdf	epdf	abstrato	total
 Rev. Estud. Fem., 2015, v23n1	46228	10945	0	3274	60447
 Rev. Estud. Fem., 2015, v23n2	43079	13549	0	3429	60057
 Rev. Estud. Fem., 2016, v24n1	27431	9610	0	3920	40961
 Rev. Estud. Fem., 2015, v23n3	25411	8063	0	4391	37865
 Rev. Estud. Fem., 2016, v24n2	22804	9595	0	2120	34319
 Rev. Estud. Fem., 2016, v24n3	19186	7046	0	3068	29300
 Rev. Estud. Fem., 2017, v25n1	16135	6303	0	2778	25216
 Rev. Estud. Fem., 2017, v25n2	10891	3575	0	1409	15875
 Rev. Estud. Fem., 2017, v25n3	9342	0	0	2725	12067
 Rev. Estud. Fem., 2016, vnahead	82	45	0	0	127

**FONTE:** Dados obtidos no *AnalyticsSciELO* (2019a).

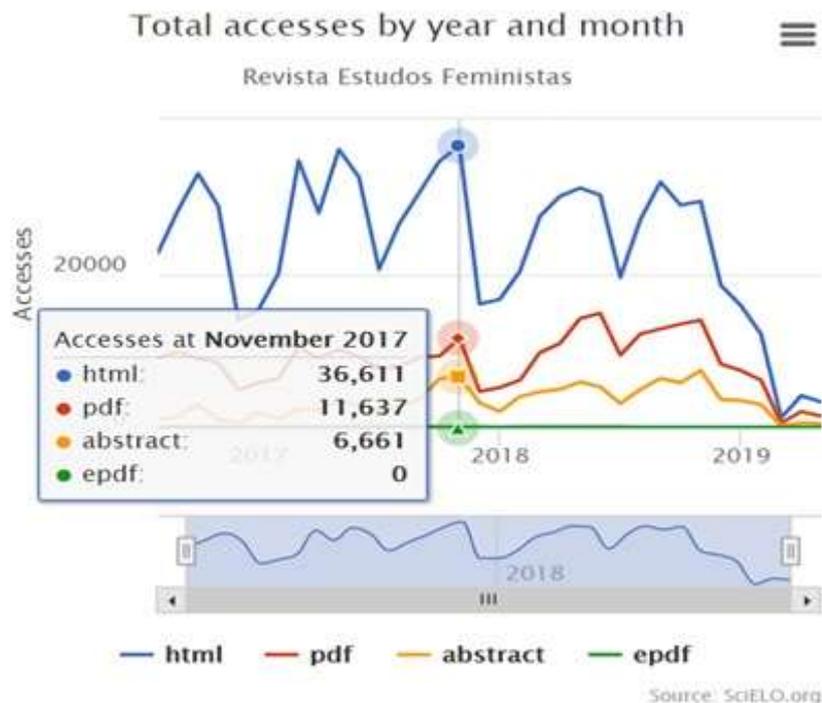
Conforme os dados da *Analytics SciELO* (2019a) no período (2015, 2016, 2017) a REF obteve 579.807 acessos aos textos deste triênio, ao considerar que são 9 números e 335 textos, dá uma média de 1.730 visualizações por texto, é um número bastante representativo para um periódico brasileiro de acesso aberto.

Escobar e Costa (2006) enfatizam que o SciELO representa uma plataforma que visa alavancar a visibilidade da publicação científica de acesso aberto, inseridas na sua base.

Spinak (2020) destaca que, “O que o SciELO, dentre algumas instituições do mundo, que começou como um experimento pioneiro e proativo em 1998, com dez periódicos brasileiros, agora é um tsunami”. A iniciativa SciELO é considerada a maior plataforma de periódicos de acesso aberto de alta qualidade e impacto, isso justifica o interesse da *Web of Science* ao fazer a parceria com a base, dando visibilidade ao acervo para os seus milhares de usuários e leitores.

O *Analytics SciELO* (2019b) disponibiliza o ranking de acesso aos artigos publicados por mês e ano, e por formato de publicação acessado. Em novembro de 2017 a REF obteve seu maior pico de visibilidade das publicações: html: 36.611, pdf: 11.637, abstract: 6.661, conforme o gráfico um.



**GRÁFICO 1** – Pico de acessos da REF no mês de novembro de 2017

**FONTE:** Imagem obtida do *Analytics SciELO* (2019b)

Esses dados permitem ao editor observar quais artigos e temáticas impactaram mais na sociedade, bem como, quais formatos obtiveram maior aderência e acesso na base. As observações que este tipo de dado propicia, possibilita pensar na sistematização e organização para possíveis ajustes no foco editorial, para repensar sobre as temáticas e na produção de diferentes formatos de arquivos, de uma mesma publicação, com o conteúdo voltado para diferentes usuários, vislumbrando a ampliação do acesso e da visibilidade.

As revistas científicas geralmente divulgam em seus websites os indicadores de acesso de seus leitores. A REF (2018) publicou em sua página que os dados de acesso nos anos de 2016 e 2017 somados, chegaram a 1.496.304, e *downloads* com 494.606 ao todo.

**QUADRO 1** – Estatística de Acesso da Revista Estudos Feministas

Portal	Acesso	Downloads
Periódicos UFSC 2017	423.259	97.439
SciELO	954.045	278.167
Redalyc	119.000	119.000
<b>Total</b>	<b>1.496.304</b>	<b>494.606</b>

**FONTE:** Dados obtidos na página da REF (2018).



Os dados do quadro um são bastante expressivos, demonstram que este periódico apresenta visibilidade significativa em suas publicações. É possível verificar esta informação ao observarmos, nas diferentes bases pesquisadas, os elevados índices de leitura, compartilhamento e acesso em diferentes formatos de textos, dos que foram publicados pela REF e disponibilizados no período do recorte da análise feita.

O *Mendeley* é considerado um gerenciador de referências e, uma rede social acadêmica gratuita, ferramenta da *Elsevier*. Auxilia pesquisadores na organização de bibliotecas pessoais de artigos, na geração de referências e adequação para as normas adotadas por diferentes periódicos, além de dar visibilidade e conectar pesquisadores. Para editores, a base permite a identificação dos artigos que foram mais visualizados pelos pesquisadores cadastrados na base, podendo mapear quem são seus leitores, nesta ferramenta, e quais conteúdos tiveram maior interação.

Ao pesquisar “Revista Estudos Feministas- REF” no *Mendeley*, identificamos 228 documentos, dos 344 que foram publicados pela REF no triênio utilizado na pesquisa. Ver no quadro dois a lista do *top 10* desse período.

#### QUADRO 2 – Os 10 artigos da REF mais visualizados no Mendeley

TÍTULO	ANO	LEITURA
La gineco-obstetricia en México: entre el “parto humanizado” y la violencia obstétrica	2016	90
El Progreso de las Mujeres en el Mundo 2015-2016. Transformar las Economías para Realizar los Derechos Resúmen	2016	55
Mulheres e tráfico de drogas: aprisionamento e criminologia feminista	2015	46
Interseccionalidad y migraciones: potencialidades y desafíos	2015	39
Como adolescentes apreendem a ciência e a profissão de cientista?	2017	27
Desafios da Equidade de Gênero no Século XXI	2016	26
Oito Anos de Lei Maria Da Penha. Entre Avanços, Obstáculos e Desafios	2015	25
Infancia y violencia de género: cuantificación y percepciones	2015	23
Violência doméstica e a Lei Maria da Penha: perfil das agressões sofridas por mulheres abrigadas em unidade social de proteção	2016	20
Cultura do Estupro – A prática implícita de incitação à violência sexual contra mulheres	2017	20

**FONTE:** Dados obtidos na base Mendeley (2019).

Na lista dos 10 artigos da REF mais visualizados no *Mendeley*, os 4 textos de 2016 foram os que obtiveram maior concentração de leituras (191). Ao todo, os 228 textos juntos obtiveram 1.490 leituras. Este olhar permite as equipes editoriais analisarem quais temas e autores mais contribuíram na construção do conhecimento e se o conteúdo científico editado pela revista está efetivamente contribuindo para a área temática.



A fim de moderar a visibilidade da REF foi feita a comparação entre os serviços analisados. Entendemos que o SciELO, por ser uma base científica de acesso aberto que promove conteúdos científicos e que tem parcerias com várias outras bases e bancos de dados como a *Web of Science*, deteve de maior influência no quesito de visibilidade da revista analisada, apresentando números bastante expressivos.

Consideramos que o *Mendeley*, como uma ferramenta gratuita, colaborou de forma promissora com a visibilidade das publicações da REF, apresentando eficácia e relevância neste quesito, já que todos os textos disponíveis do periódico tiveram entre 10-100 visualizações cada.

Kramer e Bosman (2015) identificaram em seus estudos que a plataforma *Mendeley* tem um forte potencial para a visibilidade e acesso do acervo, sendo considerada entre as 101 ferramentas inovativas, pelos autores participantes do estudo.

No estudo de Borba, Alvarez e Caregnato (2019, p. 16), os autores identificaram que o *Mendeley* “é utilizado por usuários das mais diversas nacionalidades e o perfil ocupacional destes revelou o uso de publicações científicas para além da academia”.

Shekhawat e Chauhan (2019) relatam que o *Mendeley* é “utilizado para armazenar referências” possibilitando aos usuários guardar e ler o material depois; e que cada leitura feita em textos disponíveis nesta plataforma pode ser considerada semelhante a citação, pois representa, de certa forma, uma maneira de impacto aferido ao artigo, mesmo que esse leitor não venha a configurar uma citação em um estudo ou publicação científica.

Ribeiro (2020) considera que o uso de mídias sociais, pelas revistas, como plataforma de comunicação para realizar a divulgação científica, interagindo de forma rápida com seus leitores, amplia a visibilidade, o alcance e a disseminação dessas publicações.

Quanto ao *Mendeley*, é preciso verificar o perfil dos usuários nesta rede e averiguar quais temáticas tiveram maior promoção, se foi por meio da divulgação apenas da revista ou também por parte da rede dos próprios autores dos textos.

Outra questão, quanto essas duas ferramentas, se refere à utilização de estruturas próprias que impulsionam a visibilidade de um conteúdo para outros pesquisadores por meio da organização e recuperação estratégica da informação.



## 4.2 Atenção *online* das publicações científicas

A base *Dimensions* (2020) oferece uma coleção abrangente de dados vinculados em uma única plataforma desenvolvida pela Digital Science, com ampla colaboração da comunidade científica. Oferece uma série de serviços por meio das empresas *ReadCube*, *Altmetric*, *Figshare*, *Symplectic*, *Digital Science Consultancy* e *ÜberResearch*. Proporciona aos editores a avaliação do desempenho da coleção dos trabalhos publicados pelo periódico, indexados em sua base. Na base é fornecido os dados sobre o impacto acadêmico e social de cada publicação, comparando com outros títulos da área do conhecimento e gerando relatórios que subsidiam editores quanto as ações de marketing para alavancar a atenção *online* de seus conteúdos.

Para verificar a atenção *online* da REF foi feita a coleta na base *Dimensions*, recuperando 244 documentos, dos 335 publicados no triênio estabelecido como recorte para o estudo.

**QUADRO 3 – Dados da base Dimensions**

Ano	Artigos Recuperados	Twitter	Facebook
2015	74	147	2
2016	81	15	4
2017	89	51	9
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>213</b>	<b>15</b>

**FONTE:** Dados obtidos na base *Dimensions* (2019a).

É possível observar no quadro três que houve 228 interações (*Twitter* e *Facebook*), nas publicações do triênio analisado. Estima-se que esse dado seja maior já que o Facebook não é uma ferramenta que permite rastrear todo e qualquer dado. Foi verificada, na página do Facebook (2019), a amplitude da atenção *online* da REF, na qual conta com 2.823 seguidores e 2.779 curtidas. De acordo com os dados na plataforma, a página da revista no *Facebook*, foi criada em dezembro de 2015 e segue ativa até a data da pesquisa.

Barata (2018) adverte que, as ferramentas alométricas têm baixa cobertura na obtenção de dados do *Facebook*, por disponibilizar apenas dados de compartilhamento, atenção e usos de postagens de páginas ou grupos, excluindo os dados de indivíduos; já no *Twitter*, a cobertura é ampla e de fácil captura, no entanto, há pouca adesão por parte da comunidade científica em divulgar seus estudos e dados de pesquisa.



Não encontramos uma conta, *hashtags* ou publicações da revista no *Instagram*. Assim como não foi encontrado uma página oficial da revista no *Twitter*, mas constatamos que nesta plataforma houve 65 postagens e 127 curtidas sobre as publicações do periódico que datam de 2009 a 2019.

Pode-se perceber que em ambas as redes, *Facebook* e *Twitter*, são publicados conteúdos relacionados aos temas tratados no escopo do periódico, mas que na maioria das vezes não tem relação direta com as publicações feitas pelo periódico, isso quer dizer que, não há uma ação direta da promoção da visibilidade das comunicações efetivas do periódico, mas sim do conteúdo e temas abordados pela linha temática do periódico.

Cabe ressaltar que ambas as plataformas são diferentes, com estruturas e propósitos distintos, devido a isso, há disparidade na tipologia de dados disponíveis para a análise. O benefício de observar os distintos dados é que possibilita o olhar para os formatos mais requeridos assim como os canais de comunicação dos quais geram mais atenção *online* por parte dos usuários efetivos destes ambientes, podendo observar onde realmente estão os leitores das publicações do periódico, e com isso, planejar ações de divulgação factuais das publicações em determinados canais, aqueles que detêm de representatividade e interação, por parte dos leitores. Também possibilita verificar se os autores colaboram para a disseminação e interação com as publicações em suas redes da web.

### 4.3 Impacto das publicações científicas

Para verificar os indicadores de impacto do conteúdo publicado pela revista, foi feito o levantamento das publicações da REF em três locais distintos: *Analytics SciELO*, *Google Acadêmico* e na base *Dimensions*, utilizando o mesmo recorte temporal (2015, 2016, 2017). Cabe salientar que cada base utiliza um sistema de mensuração diferente. O diferencial está na análise dos dados altmétricos da *Dimensions*, oriundos da *Altmetric.com*, os quais passam a integrar, também, a base do *SciELO* a partir de 2019.

Por meio dos dados da REF, disponível no *Google Acadêmico* é possível verificar os indicadores tradicionais de impacto científico. A análise do *Google Acadêmico* (2019) aponta quais artigos foram mais citados no período do recorte, o *top 10* dos mais citados, obtiveram juntos 245 citações, sete deles são de 2015, dois de 2016 e apenas um de 2017. Os dados foram apresentados no quadro quatro.



**QUADRO 4 – Dez artigos mais citados no *Google Acadêmico***

AUTOR	ARTIGO	EDIÇÃO	CITAÇÕES
M.J. Magliano	Interseccionalidad y migraciones: potencialidades y desafíos.	v. 23 n.3, 2015	35
W. Pasinato	Oito anos de Lei Maria da Penha. Entre avanços, obstáculos e desafios.	v. 23 n. 2, 2015	34
R.L. Segato	El sexo y la norma: frente estatal, patriarcado, desposesión, colonidad.	v. 22, n.2, 2015	33
L.M. Bandeira; T.M. Campos de Almeida	Vinte anos da Convenção de Belém do Pará e a Lei Maria da Penha.	v. 23, n.2, 2015	29
C. Hein de Campos	A CPMI da Violência contra a Mulher e a implementação da Lei Maria da Penha.	v. 23, n. 2, 2015	22
C.M.D. Santos	Curto-circuito, falta de linha ou na linha? Redes de enfrentamento à violência contra mulheres em São Paulo.	v. 23, n.2, 2015	20
P.C. Stocker; S.C. Dalmaso	Uma questão de gênero: ofensas de leitores à Dilma Rousseff no Facebookda Folha.	v. 24, n. 3, 2016	19
O.N.U. Mujeres	El progreso de lasmujeresenel mundo 2015-2016. Transformar laseconomías para realizar losderechosresumen.	v. 24, n.2, 2016	18
M.O. de Camargo Cortina	Mulheres e tráfico de drogas: aprisionamento e criminologia feminista.	v. 23, v.3, 2015	18
K. Batthyány; N. Genta; V. Perrotta	El aporte de lasfamilias y lasmujeres a los cuidados no remunerados ensaludenUruguay.	v. 25, n.1, 2017	17

**FONTE:** Dados obtidos no *Google Acadêmico* (2019).

Do total de publicações, ao longo dos anos, a REF obteve 44.583 citações. Seu índice *h* neste período ficou em 87, e o índice *i*10, também do período, foi de 564. Ver dados no gráfico 2.

**GRÁFICO 2 – Impacto das publicações da Revista Estudos Feministas**

**FONTE:** Dados obtidos no *Google Scholar* (2019).



O índice  $h$  relaciona a quantidade de artigos publicados com a quantidade de citações que estes obtiveram, o índice  $h$  da REF é 87, isso quer dizer que, de todas as publicações tidas, apenas 87 materiais tiveram citações equivalente ou maior que o número de 87. O índice  $h$  não é utilizado apenas para periódicos, mas também, para mensuração de autores, grupos de pesquisas e instituições (MARQUES, 2013).

O Índice  $i10$  é mais simples ainda, quer dizer que 564 publicações da REF obtiveram no mínimo dez citações cada, pois relaciona a quantidade de publicações que atingiram, com no mínimo dez citações cada (CORNELL, 2018).

No *Analytics SciELO* (2019c), do período analisado, os índices de citação, autocitação e recebimento de citação são demonstrados no quadro cinco.

#### QUADRO 5 – citações no triênio no SciELO

	2015	2016	2017	TOTAL
<b>citações feitas</b>	1,518	1,692	2,664	5,874
<b>citações recebidas</b>	87	116	117	320
<b>autocitação</b>	4	5	0	9

**FONTE:** Dados obtidos no *Analytics SciELO*(2019c).

Os dados apresentados no quadro cinco indicam que a proporção da média de citações feitas pelos 335 textos, disponíveis no SciELO, indica que cada um dos textos utilizou 17,5 citações. Ao contrário, nem todos os 335 textos publicados no período, receberam se quer uma citação.

Em contraponto, a base *Dimensions* considera qualquer tipo de documento publicado no periódico quantificável, mesmo porque, buscam além da mensuração do impacto verificar a visibilidade e a atenção *online* a toda e qualquer tipo de publicação científica. Veja os dados no quadro seis.

#### QUADRO 6 – Dados da base de referência *Dimensions*

Ano	Artigos recuperados	Citação recebidas	Altmetrics
2015	74	47	296
2016	81	30	156
2017	89	27	248
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>104</b>	<b>700</b>

**FONTE:** Dados obtidos na base de referência *Dimensions*(2019a).



Os dados do quadro seis demonstram que o pico de citações do periódico, no período analisado e contabilizado pela *Dimensions*, foi de 47 em 2015, mas se olharmos para o impacto alternativo, é possível ver que esse número vai para 296, o que representa 6,2 vezes mais que o impacto tradicional, é muita diferença para ignorar. No total, o impacto alternativo é 6,7 vezes maior que o tradicional de citação, demonstrando que a utilização do conteúdo científico ultrapassa as linhas da academia e, que a visibilidade e a interação desses materiais na *web*, são muito mais expressivas do que as citações recebidas ao longo do período verificado.

Ao analisar o impacto das publicações da REF, na mesma amostra da *Dimensions* (2019a), Fachin, Araújo e Blattmann (2020, p.126), apresentam a correlação de variáveis entre citação e altmetrics por meio do coeficiente ( $r$ ) de Pearson, o qual demonstrou que “os dados altmétricos são 3,8 vezes maiores que o tradicional”.

Barros (2015) enfatiza que o impacto tradicional é apenas um indicador de uso e serve apenas para a comunidade científica. É nesse sentido que estudos com foco na atenção *online* de publicações científicas vêm elucidar, em um cenário novo, de ruptura social do fazer e do uso do conhecimento científico por meio da *web*, principalmente para a publicação científica de acesso aberto.

Além do mais, os canais de mensuração de impacto analisados se diferenciam de acordo com suas políticas e objetivos, cada indicador segue a uma regra de análise, no Google Acadêmico o parâmetro é feito com base na publicação, como um todo, também aplica o índice  $h$  e o  $i10$ . No sistema de mensuração do SciELO, os índices são aplicados com base no período de indexação do periódico na base, o qual utiliza o índice  $h$  e a média ponderada dos três últimos anos, representada pelo Quartil e o SJR. A Dimension vincula os indicadores de citação por meio da análise de proporção, contabiliza tudo o que foi indexado do periódico e, oferece possibilidade de visualizar as citações por publicação ou geral. A base utiliza os índices RCR e FCR, esses indicadores são aplicados para a análise de campo de pesquisa, pesquisadores, periódicos e para as publicações.

Esses indicadores ajudam os editores a identificar os conteúdos que são considerados pela comunidade científica como relevantes, assim como quem são os pesquisadores que detém de influência/menção em suas publicações, esses podem ser considerados os “influencers” do periódico ou da área, sinalizando maior propensão, desses autores ou temáticas, em obter elevados índices de interação *online* em futuras publicações.



O estudo averiguou que a performance da REF na *web* está centrada no *Mendeley* e de forma mais tímida no *Twitter*, já nas bases acadêmicas ela detém bons indicadores no *SciELO* e por consequência na *Web of Science* e *Dimensions*. Os dados mostraram que o periódico tem tido melhor desempenho no impacto alternativo do que no tradicional, apesar de ter bons números de citações, se for considerar que é um periódico brasileiro de acesso aberto e que publica, em grande parte, em português.

Apesar de a REF empregar o uso do *Facebook* para promover temas, eventos e debates sobre assuntos do qual atende ao seu escopo, mas não desempenha ações efetivas com enfoque na promoção do conteúdo do qual publica no periódico, não utiliza a rede para promover as suas publicações. Tem presença forte no *Mendeley*, no qual proporciona uma maior performance que nas outras mídias. Por outro lado, tem presença tímida no *Twitter*, por não haver uma página oficial e uma comunicação efetiva com os seguidores desta rede, as poucas interações partem dos usuários que a citam na rede.

No geral, o periódico deve observar os indicadores das bases de dados das quais está vinculado e, analisar os aspectos dos quais tem sido avaliado, e o quanto esses indicadores refletem ou não nas políticas do periódico e em ações para a promoção desse conteúdo no ambiente digital.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fluxo editorial científico não termina mais com a publicação da edição do periódico, é necessário promover a divulgação dos artigos, o que passou a ser mais uma das etapas do processo da comunicação científica sob a responsabilidade dos editores.

A avaliação, por parte do programa *SciELO Brasil*, pode servir de parâmetro para que as equipes editoriais trabalhem observando os “[...] indicadores bibliométricos baseados em citações recebidas, número de acessos aos arquivos HTML e *downloads* de PDF e indicadores de presença nas redes sociais” (SCIELO, 2020, p. 35).

Nesse sentido, enfatiza-se que, os recursos do marketing digital são ferramentas aliadas para a divulgação de conteúdo científico, tem sido amplamente utilizados como meio de promover e possibilitar maior visibilidade para as publicações científicas, principalmente por editoras comerciais, as quais provêm vários ambientes e redes da *web* (NASCIMENTO, 2017; ARAÚJO, 2018). Os periódicos menores e de acesso aberto utilizam as ferramentas com bastante timidez, devido ao perfil altruísta do editor científico



no Brasil que, na maioria das vezes, trabalha com pouco recurso financeiro e humano, sobrecarregando os editores com inúmeras funções que vão além de suas atividades remuneradas.

A Nature (2012) relata que os pesquisadores e periódicos precisam fazer com que as pesquisas publicadas por eles se destaquem da imensidão de publicações que são lançadas a todo o momento na *web*, e a resposta é o uso de recursos consolidados como a do Marketing Científico “cientistas precisam entregar e comunicar seus resultados a uma variedade de partes interessadas, tais como seus colegas, agências de financiamento, políticos, mídia e público” (NATURE, 2012, p. 259). Para cada um desses interessados há a necessidade do uso de linguagem e da aplicação em diferentes fontes, para que com isso, a informação desejada possa ser efetivamente transmitida.

A análise das várias mensurações de impacto, tradicionais por meio das citações e alternativo, por meio das interações na *web*, mostra que estes indicadores se complementam, possibilitando verificar quais publicações são visíveis e relevantes para todos os distintos usuários, dos diversos canais de comunicação, que neste caso, deixa de ser apenas a comunidade científica, envolvendo toda a sociedade.

## REFERÊNCIAS

- ANALYTICS SCIELO. **Rank dos acessos dos volumes da REF**. 2019a. Disponível em: [https://analytics.scielo.org/w/accesses/list/issues?range\\_start=2015-01-09&range\\_end=2017-12-29](https://analytics.scielo.org/w/accesses/list/issues?range_start=2015-01-09&range_end=2017-12-29). Acesso em: 20 dez. 2019.
- ANALYTICS SCIELO. **Total accessesbyyearandmonth**: Revista Estudos Feministas. 2019b. Disponível em: [https://analytics.scielo.org/?py\\_range=2009-2019](https://analytics.scielo.org/?py_range=2009-2019) Acesso em: 20 nov. 2019.
- ANALYTICS SCIELO. **Citações recebidas dos artigos do Jornal**. 2019c. Disponível em: <https://analytics.scielo.org/w/bibliometrics/journal>. Acesso em: 20 nov. 2019.
- ARAÚJO, Ronaldo Ferreira. Cientometria 2.0, visibilidade e citação: uma incursão alométrica em artigos de periódicos da ciência da informação. *In*: ENCONTRO BRASILEIRO DE BIBLIOMETRIA E CIENTOMETRIA (EBBC), 4., Recife, 2014. **Anais[...]**, Recife: UFPE, 2014. p. 1-7.
- ARAUJO, Ronaldo Ferreira. Marketing científico digital e métricas alternativas para periódicos: da visibilidade ao engajamento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 20, n.03, p. 67-84, 2015.
- ARAUJO, Ronaldo Ferreira; MURAKAMI, Tiago Rodrigo. Atenção *online* de artigos de ciência da informação: análise a partir de dados alométricos do Facebook *In*: ENCONTRO BRASILEIRO DE BIBLIOMETRIA E CIENTOMETRIA, 5., 2016, São Paulo. **Anais [...]**, São Paulo: USP, 2016. p. A111.
- ARAUJO, Ronaldo Ferreira. Presença e impacto dos periódicos na web social: Rumo ao fator de impacto de mídias sociais [*online*]. **SciELO em Perspectiva**, 2018.
- ARAUJO, Ronaldo Ferreira *et al.* Atenção *Online* de Artigos do Portal Periódicos UFMG: análise



dos dados do Facebook. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, p. 25-36, fev. 2018. <https://doi.org/10.21452/23580763.2018.5ne.25-36>.

BARATA, Germana. Por métricas alternativas mais relevantes para a América Latina. In: CONGRESSO DE ALTMETRIA E CIÊNCIA ABERTA NA AMÉRICA LATINA. 1., 2018. **Anais do LATMETRICS**, Niterói, RJ, 28-30 2018.

BAR-ILAN, J. *et al.* Beyond citations: Scholars' visibility on the social Web. **arXivpreprint**, 25 maio 2012. Disponível em: <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1205/1205.5611.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2019.

BARROS, Moreno. Altmetrics: métricas alternativas de impacto científico com base em redes sociais. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 20, n. 2, p. 19-37, jun. 2015.

BORBA, Vildeane da Rocha; ALVAREZ, Gonzalo Rubén; CAREGNATO, Sônia Elisa. Análise Altmétrica da Produção Científica das Revistas brasileiras em Ciência da Informação Qualis A1 (2011-2017) no Mendeley. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Florianópolis, v. 24, n. 55, p. 1-20, maio 2019.

CAPES. Esclarecimentos a respeito do Qualis Periódico e avaliação da produção intelectual. **CAPES**, [2019]. Disponível em:

[http://capes.gov.br/images/novo\\_portal/documentos/DAV/avaliacao/18072019\\_Esclarecimentos\\_Qualis2.pdf](http://capes.gov.br/images/novo_portal/documentos/DAV/avaliacao/18072019_Esclarecimentos_Qualis2.pdf). Acesso em: 20 jul. 2020.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

CORNELL UNIVERSITY LIBRARY. **Web of Science Citation Tools: Guide**. 2018. Disponível em: <http://guides.library.cornell.edu/c.php?g=32272&p=203398>. Acesso em: 20 nov. 2019.

DIMENSIONS. **Citações recebidas pela REF**. 2019a. Disponível em:

[https://app.dimensions.ai/analytics/publication/overview/timeline?search\\_text=Revista%20Estudos%20Feminista&search\\_type=kws&search\\_field=full\\_search&local:indicator-y1=citation-per-year-publications](https://app.dimensions.ai/analytics/publication/overview/timeline?search_text=Revista%20Estudos%20Feminista&search_type=kws&search_field=full_search&local:indicator-y1=citation-per-year-publications). Acesso em: 7 dez. 2019

DIMENSIONS. **Why did we build Dimensions?** 2020. Disponível em:

<https://www.dimensions.ai/why-dimensions>. Acesso em: 24 jul. 2020.

DIMENSIONS. **Indicadores de mensuração científica RCR e FCR**. 2019b. Disponível em:

<https://plus.dimensions.ai/support/solutions/articles/23000018848-what-is-the-fcr-how-is-it-calculated->. Acesso em: 16 dez. 2019.

ESCOBAR, Silvia Cristina Pabón; COSTA, Maria Conceição da. Visibilidade das publicações científicas latinoamericanas: o exemplo da Bolívia. **Journal of Science Communication**, Itália, v.05, n.2, jun. 2006. <https://doi.org/10.22323/2.05020201>

FACEBOOK. **Revista Estudos Feministas- REF**. 2019. Disponível em:

<https://www.facebook.com/revistaestudosfeministas/>. Acesso em: 06 ago. 2019.

FACHIN, Juliana; ARAÚJO, Ronaldo Ferreira; BLATTMANN, Ursula.

Alternative and traditional indicators of the Brazilian Feminist Studies Journal.

**Brazilian Journal of Information Science: Research trends**, Marília, v. 14, n. 1, p. 112-129, jan./mar. 2020.

FACHIN, Juliana; WERLANG, Elisabete; BLATTMANN, Ursula. Marketing digital para publicação científica. In: NEVES, Barbara Coelho; PINTO, Marli Dias de Souza; SPUDEIT, Daniela (orgs.). **Marketing na Ciência da Informação: perspectivas e desafios**. Salvador: EDUFBA, 2021.

GARFIELD, Eugene. Citation Analysis as a tool in Journal Evaluation: journal scan be ranked by frequency and impact of citations for science policy studies. **Science**, Washington DC, v. 178, n. 4060, p. 471-479, nov. 1972.

GOOGLE ACADÊMICO. **Revista Estudos Feministas**. 2019. Disponível em:

<https://scholar.google.com.br/citations?user=PGYGy2IAAAAJ&hl=pt-BR>. Acesso em: 14 nov. 2019.



- KRAMER, Bianca; BOSMAN, Jeroen. 101 Innovations in Scholarly Communication – the Changing Research Workflow. **Figshare**. 2015. Disponível em: [https://figshare.com/articles/101\\_Innovations\\_in\\_Scholarly\\_Communication\\_the\\_Changing\\_Research\\_Workflow/1286826/1](https://figshare.com/articles/101_Innovations_in_Scholarly_Communication_the_Changing_Research_Workflow/1286826/1). Acesso em: 10 ago. 2019.
- MARQUES, F. Os limites do índice-H. **Revista Pesquisa FAPESP**, São Paulo, n. 207, maio 2013. Disponível em: <http://revistapesquisa.fapesp.br/2013/05/14/os-limites-do-indice-h>. Acesso em: 06 dez. 2019.
- MENDELEY. **Revista Estudos Feministas- REF**. 2019. Disponível em: <https://www.mendeley.com/research-papers/?query=Revista+Estudos+Feministas-+REF>. Acesso em: 26 jun. 2019.
- NASCIMENTO, Andrea Gonçalves do. Uso da Almetria para editores e bibliotecários. **BTP**, Campinas, SP, v. 2, n. 1, p. 96 p., mar. 2017. Disponível em: <http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/ppec/article/view/9052/4502>. Acesso em: 26 jun. 2020.
- NATURE. The Scientific Marketplace. **Nature Materials**, n.11, p.259, ago. 2012. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/nmat3300>. Acesso em: 10 jan. 2020.
- PRIEM, Jason. *et al.* **Altmetrics**: manifesto. v.1, 2010. Disponível em: <http://altmetrics.org/manifesto/>. Acesso em: 10 set. 2019.
- QUINTANILHA, Pedro. **Mídias Sociais**. 28 mar. 2012. Disponível em: <http://pedroquintanilha.com.br/midias-sociais/infografico-facebook-x-twitter-no-brasil/#comment-1388>. Acesso em: 28 fev. 2020.
- REF- Revista Estudos Feminista. **Histórico**. 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/about/editorialTeam>. Acesso em: 14 jul. 2019.
- REF- Revista Estudos Feminista. **Estatística de Acesso da Revista Estudos Feministas**. 2018b. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/about/editorialPolicies#custom-1>. Acesso em: 20 ago. 2019.
- RIBEIRO, Nivaldo C. Atenção *online* de artigos do Periódico Ciência e Agrotecnologia. **LIS Scholarship Archive**, 14 abr. 2020. doi:10.31229/osf.io/xsbd4. Acesso em: 02 jul. 2019.
- RIBEIRO, Raimunda de Jesus Araújo. Internacionalização e visibilidade da comunidade científica da área de biblioteconomia e ciência da informação (Brasil e Portugal). 585f. 2018. Tese (Doutorado em Multimedia em Educação) - Universidade de Aveiro, Aveiro, 2018. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/231953243.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2020.
- SCIELO. Critérios, política e procedimentos para a admissão e a permanência de periódicos na Coleção SciELO Brasil. **SciELO**, 2020. Disponível em: <https://wp.scielo.org/wp-content/uploads/20200500-Criterios-SciELO-Brasil.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2020.
- SHEKHAWAT, K. S.; CHAUHAN, A. Altmetrics: a new paradigm for scholarly communication. **Indian Journal of Dental Research**, Nova Delhi, v. 30, n. 1, p. 125-126, 2019.
- SPINAK, E. Aviso aos navegantes – os tempos estão mudando [online]. **SciELO em Perspectiva**, 2020. Disponível em: <https://blog.scielo.org/blog/2020/07/01/aviso-aos-navegantes-os-tempos-estao-mudando/>. Acesso em: 15 set. 2019.
- STREHL, Leticia. O fator de impacto do ISI e a avaliação da produção científica: aspectos conceituais e metodológicos. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 34, n. 1, p. 19-27, jan., 2005.
- TWITTER. **Revista Estudos Feministas**. 2019. Disponível em: <https://twitter.com/search?q=Revista%20Estudos%20Feministas%20&src=typd>. Acesso em: 04 set. 2019.

