BOLETÍN del INVESTIGADOR

Nº 20 (2020) Objetivo visibilidad

En este número:

- Contexto
- Perfil de investigador
- Acceso abierto
- Social media para investigadores
- Las métricas alternativas: altmétricas

Contexto

La difusión de los resultados de la investigación tiene lugar en Internet principalmente. Hay cerca de 6 mil millones de páginas indexadas en Internet, 4,39 mil millones de usuarios y casi 4 mil millones de usuarios de redes sociales. Por otro lado, se publican cerca de 3 millones de artículos al año, más de 158 mil revistas y hay cerca de 8 millones de investigadores en el mundo.

En este contexto, la visibilidad de un investigador es fundamental tanto en lo que se refiere a la facilidad para ser encontrado en la red, como al hecho de estar en un "ranking" de resultados aceptable, un buen posicionamiento.

La visibilidad aporta al investigador numerosos beneficios como reconocimiento, promoción, incremento en el número de citas, la posibilidad de colaboraciones y autorías, contratos, aparecer en rankings, mejorar la puntuación en los procesos de evaluación, …

Ser visibles nos va a permitir:

- Ser identificados correctamente en un área.
- Que nuestras publicaciones y perfiles sean fácilmente recuperables en un área.
- Que nuestro nombre sea una marca reconocida.

Perfil de investigador

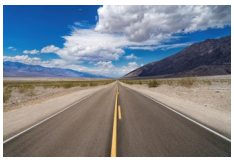
En primer lugar, debemos asegurarnos de normalizar nuestra firma científica e institucional. En la guía de la Biblioteca de **Cómo firmar para ser reconocido**, se encuentran todas las claves para uniformar la manera en la que aparecemos en índices y bases de datos. De esta forma evitaremos errores que influyan negativamente en el cálculo de nuestra producción científica, de las citas recibidas y en la visibilidad de nuestras publicaciones.
Al crearnos perfiles de autor se nos asocia un identificador unívoco y persistente, como nuestro DNI de investigador, evitando ambigüedades que puedan surgir en los nombres.

Hay perfiles de autor que se van a crear automáticamente cuando una base de datos indexa la publicación de un investigador. Tal es el caso de **Dialnet** y **Scopus**. En ninguno de estos casos el propio autor puede añadir, modificar o eliminar ninguna información, ya que se toma de las propias publicaciones indexadas, aunque sí solicitar algún cambio.

Por otro lado, hay perfiles que se crean a iniciativa del investigador. Tal es el caso de **ORCID**, **Google Scholar** y **Publons** .

- **Orcid** proporciona un identificador digital permanente a cada investigador que se expresa como una dirección URL única (ej. http://orcid.org/0000-0001-6300-1033). Es recomendable incluirlo en el pie de firma y utilizarlo en cualquier foro relacionado con la actividad profesional: presentar publicaciones, solicitar evaluaciones, financiación, etc.
- **Google Scholar** requiere una cuenta de Gmail y alguna publicación en Google. Es aconsejable incluir a la universidad como afiliación y marcar el perfil como público.
- **Publons** existe desde 2012 para dar visibilidad al trabajo de los revisores y editores de las revistas y está integrado en la Web of Science desde 2017. En 2019 renueva su imagen con nuevas funcionalidades, incorporando ResearcherID, el identificador de autor de la Web of Science. Quien tuviese un ResearcherID público habrá migrado automáticamente a Publons.

En el siguiente **enlace** se puede ampliar información sobre cada uno de los perfiles reseñados.



Acceso abierto

Publicar en abierto va a incrementar enormemente nuestra visibilidad ya que aumenta la recuperación en los buscadores de Internet, al seguirse protocolos internacionales para la descripción de contenidos y la interoperabilidad entre plataformas. Al ser más fácil de encontrar los contenidos, aumenta el nivel de citas e igualmente el reconocimiento del autor.

Las tradicionales vías para ello son la **verde**, publicación en repositorios y la **dorada** en revistas de acceso abierto, con un coste para el autor (APCs). Actualmente existen también la vía **diamante** o platino, revistas financiadas por entidades públicas en las que la publicación es totalmente gratuita para el autor y la vía **bronce** que se refiere a artículos que están disponibles en las páginas de los editores pero que no cuentan con una licencia abierta que regule su distribución.

Debemos ser conscientes de que las revistas en acceso abierto están bien consideradas por las agencias de evaluación de la actividad científica, ya que pueden presentar los mismos indicios de calidad que las revistas de publicación tradicional. Sus artículos se someten a revisión por pares y muchas aparecen en JCR y SJR al estar incluidas en la Web of Science y en Scopus.

Si no publicamos en una revista de acceso abierto, hay que consultar cual es la política del editor con respecto a esto para saber qué limites debemos respetar a la hora de difundir nuestro artículo. Para ello podemos consultar la propia web de la revista, generalmente en la sección "Rights&Permission", "Copyright" o "Políticas de autoarchivo". También podemos acudir a la web de **Sherpa/Romeo** para revistas internacionales y **Dulcinea** para las revistas nacionales.

En muchos casos las instituciones financiadoras de la investigación, obligan a difundir en abierto los resultados de la misma (datos y publicaciones), por ejemplo, el programa Horizonte 2020. La mejor vía para cumplir este mandato es depositar una versión permitida por el editor en el repositorio institucional. **IdUS,** depósito de investigación de la Universidad de Sevilla, posibilita el acceso abierto a los resultados de la investigación de nuestros autores.

En 2018 aparece el **Plan S** acelerando la transición a la ciencia abierta. Este plan tiene como objetivo que a partir del 1 de enero de 2021 todas las publicaciones académicas financiadas por fondos públicos, especialmente las revisadas por pares, estén publicadas en revistas de acceso abierto o accesibles en repositorios institucionales.

En **este enlace** se incluye más información relacionada con el acceso abierto.

Social media para investigadores

La ciencia también se mueve en las redes, investigadores y científicos son usuarios activos de los medios sociales. Podemos hacer un uso estratégico de estas herramientas para mejorar el impacto de nuestro trabajo sobre la base tradicional de la ciencia: comunicar, compartir y colaborar. Nos facilitará conseguir nuestros objetivos académicos y difundir nuestra investigación. Gestionar nuestra identidad digital acorde a nuestros intereses académicos, conocer investigadores afines a nuestro campo de trabajo puede ayudarnos a consolidar nuestra carrera académica. Para ello lo primero es planificar una estrategia: qué quiero conseguir, cómo voy a hacerlo y qué herramientas sé manejar o me resulta sostenible aprender…

- **Redes sociales académicas**. Nos van a permitir publicar contenido, compartir recursos (referencias bibliográficas, objetos de aprendizaje, enlaces, informaciones o documentos) y difundir resultados de investigación. Todo esto va a suponer un crecimiento exponencial de nuestra red de contactos, va a potenciar la cooperación y la facilidad para compartir ideas y va a aumentar nuestra visibilidad e impacto. Entre las principales redes se encuentran: **ResearchGate**, **Academia.edu**, **Loop** o **Mendely**.

- **Blogs**. Crearnos un blog nos va a proporcionar una serie de ventajas: mejorar nuestra escritura, dirigirnos a una audiencia más amplia, crearnos una identidad digital y mejorar nuestra visibilidad, potenciar nuestro CV y tener libertad para comunicar lo que queramos. Para crear un blog podemos utilizar herramientas como **Blogger** o **WordPress**.

- **Plataformas de comunicación social**. Nos van a permitir compartir ciertos materiales como presentaciones, comunicaciones, vídeos, datos,… Entre las más conocidas se encuentran **Slideshare** y **Youtube.**

- **Plataformas de revisión por pares.** Pueden resultar útiles para mejorar la técnica de nuestras revisiones, darnos a conocer, aportar conocimientos y tener nuevas ideas. Destacamos aquí **F1000Research** o **Publons**.

- **Twitter**. Esta red se puede utilizar como plataforma para la comunicación científica informal, para la difusión de contenidos de carácter científico (eventos, publicaciones), la difusión de contenidos relevantes para la disciplina (información práctica, herramientas, datos), difusión de contenidos no científicos (noticias de actualidad), e interacción de los investigadores con otros usuarios (retuiteo, menciones, debates).

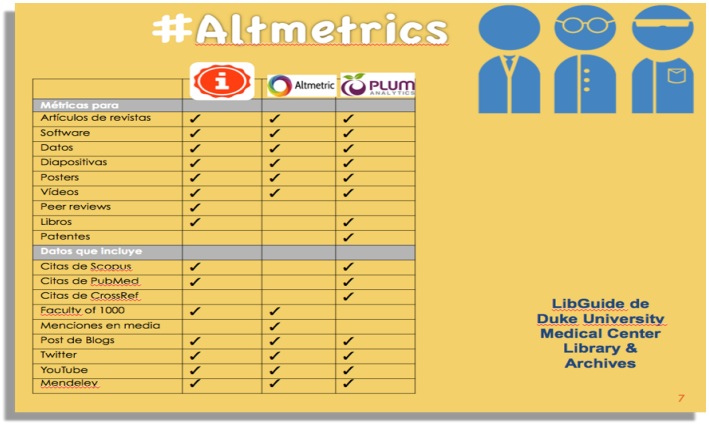
Las métricas alternativas: altmétricas

En este contexto digital y social, la comunidad científica se ha planteado la posibilidad de establecer nuevos indicadores para medir y evaluar la actividad investigadora y su influencia, más allá de las métricas tradicionales de la producción científica.

Estos nuevos indicadores incluyen por ejemplo las veces que se ha visto un item en un espacio web, se ha descargado, se ha referenciado en blogs y medios sociales como Facebook y Twitter, las veces que ha sido marcado como favorito o guardado entre las referencias de un gestor de bibliografía, como Mendeley.

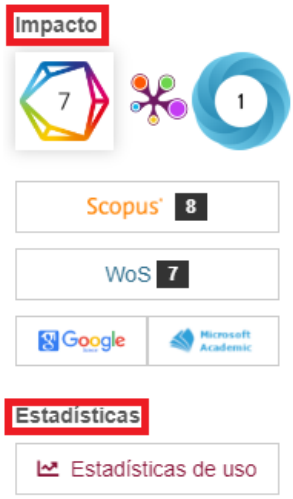
Para mejorar las altmétricas debemos tener precisamente una buena visibilidad en la red. Éstas, a su vez, nos ayudan a evaluar nuestro plan de difusión.

Entre los principales recolectores de datos destacan **PlumX**, **Altmetric** o **ImpactStory**. En **la guía de la Biblioteca** sobre Altmétricas se puede ampliar esta información.



		Altmetric	PLUM ANALYTICS
Métricas para			
Artículos de revistas	✓	✓	✓
Software	✓	✓	✓
Datos	✓	✓	✓
Diapositivas	✓	✓	✓
Posters	✓	✓	✓
Vídeos	✓	✓	✓
Peer reviews	✓		
Libros	✓		✓
Patentes			✓
Datos que incluye			
Citas de Scopus	✓		✓
Citas de PubMed	✓		✓
Citas de CrossRef			✓
Faculty of 1000	✓	✓	
Menciones en media		✓	
Post de Blogs	✓	✓	✓
Twitter	✓	✓	✓
YouTube	✓	✓	✓
Mendeley	✓	✓	✓

idUS nos ofrece también sus propias métricas, tanto de impacto de las publicaciones, como relativas a estadísticas de uso, descargas y consultas.



Más información: bibinvestigacion@us.es

Bibliografía

- Biblioteca de la Universidad de Sevilla: https://bib.us.es/sites/bib3.us.es/files/la_importancia_de_la_firma_en_las_publicaciones_cientificas_0.pdf (Consultado 03/07/2020)

- Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid: https://biblioteca.ucm.es/cps/herramientas-visibilidad-investigacion (Consultado 03/07/2020)

- Alonso-Arévalo, Julio. "Cómo gestionar la visibilidad y el impacto de la investigación": https://es.slideshare.net/jalonsoarevalo/como-gestionar-la-visibilidad-de-la-investigacin (Consultado 03/07/2020)

- Moya-Orozco, Víctor M. "Estrategias de visibilidad para doctorandos": https://bib.us.es/educacion/sites/bib3.us.es.educacion/files/doctorado_webinar_visibilidad_200610.pdf (Consultado 03/07/2020)

- Biblioteca de la Universidad de Sevilla: https://guiasbus.us.es/perfilesdeautor/nocionesbasicas (Consultado 04/07/2020)

- Biblioteca de la Universidad de Deusto: https://biblioguias.biblioteca.deusto.es/c.php?g=155486&p=1784843#:~:text=Qu%C3%A9%20son%20las%20redes%20sociales,la%20investigaci%C3%B3n%3A%20publicaci%C3%B3n%20de%20contenidos (Consultado 04/07/2020)

- Biblioteca de la Universidad de Sevilla: https://bib.us.es/estudia_e_investiga/investigacion/derechos/acceso (Consultado 05/07/2020)

- Biblioteca de la Universidad de Sevilla: https://guiasbus.us.es/altmetrics (Consultado 05/07/2020)