

Redes Sociais e Publicação Científica

JOSÉ CARVALHO

JOSEKARVALHO@GMAIL.COM

V Simpósio AMP – 4 novembro 2016

Tendências

- ▶ Uso de Serviços online colaborativos
- ▶ Discussão pré e pós publicação
- ▶ Open Peer Review
- ▶ Open Annotation
- ▶ Open Notebooks
- ▶ Uso de Redes Sociais para divulgação dos trabalhos / investigações
- ▶ Novas Métricas

Tendências

- ▶ Uso de Serviços online colaborativos
- ▶ Discussão pré e pós publicação
- ▶ Open Peer Review
- ▶ Open Annotation
- ▶ Open Notebooks
- ▶ Uso de Redes Sociais para divulgação dos trabalhos / investigações
- ▶ Novas Métricas

Ciência Aberta
(partilha de publicações, dados,...)

Política Nacional de Ciência Aberta



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Ciência Aberta | Conhecimento para Todos

Princípios Orientadores

Fevereiro 2016

O acesso à ciência e ao conhecimento é indispensável a uma sociedade mais informada e mais consciente do Mundo que habita, contribuindo para a tornar mais humana, mais justa e mais democrática e onde o bem-estar seja partilhado por todos. O acesso ao conhecimento, acompanhado da garantia da acessibilidade à formação, constituem um direito fundamental e desempenham um fator de valorização e de mobilidade social e de democratização essenciais aos estados democráticos das sociedades contemporâneas.

Acreditamos que a ciência, o saber, a cultura... o conhecimento, em síntese, constitui um bem de maior grandeza, um bem público, pertença de todos e que a todos deve beneficiar e ser concedido. Como bem comum, a sua promoção é crucial, devendo ter um papel central nas políticas públicas.



MINISTRO DA CIÊNCIA,
TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

- <http://www.portugal.gov.pt/pt/ministerios/mctes/noticias/20160210-mctes-ciencia-aberta.aspx>

Mais Ciência, Menos Burocracia

► <http://www.maiscienciamenosburocracia.com>

Porque a nossa vida é a Ciência

Racionalidade, simplificação, desburocratização



REPÚBLICA
PORTUGUESA

MINISTRO DA CIÉNCIA,
TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR



“Digital technologies inevitably have the same ground-breaking impact on scientific publishing as they have already had on the media, music, film and telecommunication industries.”

Carlos Moedas



@Moedas

#OpenScience



Redes Sociais e Serviços para o Investigador

- ▶ Redes Sociais genéricas
 - ▶ Facebook
 - ▶ Twitter
 - ▶ LinkedIN
- ▶ Redes Sociais Científicas
 - ▶ Research Gate
 - ▶ Academia.edu
 - ▶ Mendeley
- ▶ Sistemas e Serviços
 - ▶ ORCID (researcherID; Scopus ID;
 - ▶ Open Science Framework
 - ▶ Figshare

Redes Sociais Genéricas

- ▶ Função de Rede Social Pessoal
- ▶ Dicotomia Pessoal VS Profissional
- ▶ Público-alvo mais genérico

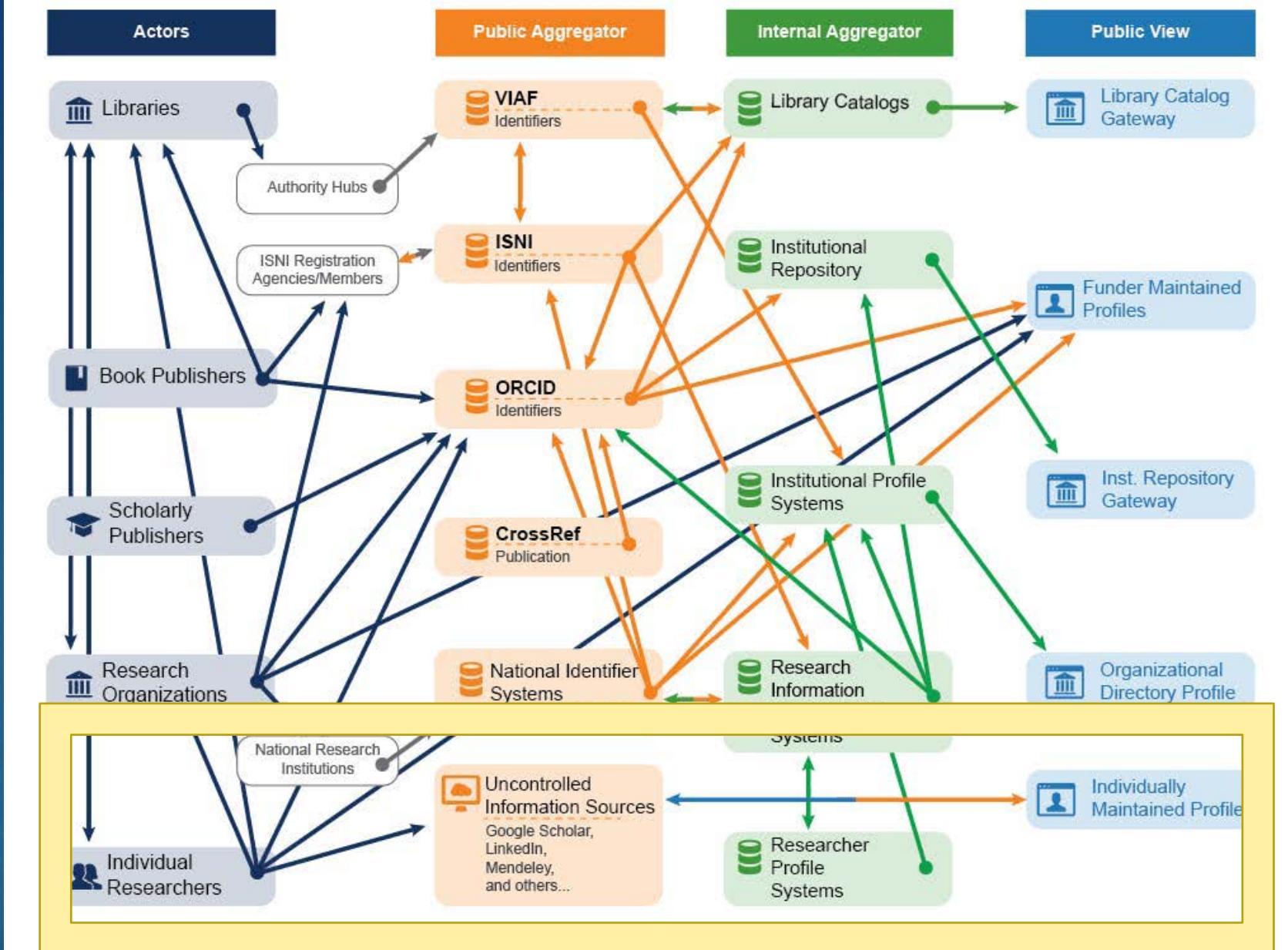
- ▶ Twitter
 - ▶ bastante usado internacionalmente #openscience #neuroscience
- ▶ Facebook
 - ▶ Componente de Grupos do Facebook
 - ▶ Útil para divulgação ao público em geral
- ▶ LinkedIn – Focada no perfil profissional (Curriculum)

Redes Sociais Académicas

- ▶ Focadas nas componentes do investigador
 - ▶ Publicações
 - ▶ Métricas
 - ▶ Redes de Colaboração (co-autores)
 - ▶ Sistema alimentado colaborativamente
 - ▶ Mendeley como rede social e gestor de referências bibliográficas

Serviços para Investigadores

- ▶ Identificação
 - ▶ ORCID – <http://orcid.org>
- ▶ Valorização
 - ▶ Mozilla Science – Paper Badges
(<https://www.mozilla-science.org/projects/contributorship-badges>)
- ▶ Colaboração
 - ▶ Open Science Framework - <https://osf.io>
- ▶ Partilha de Dados
 - ▶ Figshare - <https://figshare.com>



- ▶ <http://www.oclc.org/content/dam/research/publications/library/2014/oclcresearch-registering-researchers-2014-a4.pdf>

Redes Sociais VS Sistemas Institucionais

- ▶ Redes Sociais
 - ▶ Não Autoritativas
 - ▶ Não validadas (em alguns casos existe validação pelos co-autores)
 - ▶ Regras dos indicadores não claras
- ▶ Sistemas Institucionais (CRIS* ou Repositório Institucional)
 - ▶ Usados para avaliação formal do investigador
 - ▶ Retorno do valor para a instituição (visibilidade e rankings)

* CRIS - Current Research Information System



Identificadores

- ▶ DOI – Publicações
- ▶ Handle – Publicações
- ▶ ORCID – Investigadores
- ▶ ISNI – Organizações
- ▶ Projetos Financiados (grant number)



<http://orcid.org>



* Semântica



“ Crie, use e mantenha o
seu ORCID ”

MAS FAÇA MESMO...

<http://orcid.org>



Impactstory.org



Find the online impact of your research

Track buzz on Twitter, blogs, news outlets and more: we're like Google Scholar for your research's online reach. Making a profile takes just seconds:

[JOIN FOR FREE WITH ORCID](#)

[I don't have an ORCID](#)

Como Disseminar nas Redes?

- ▶ Escolha um meio / sistema
- ▶ Defina o seu “eu” como uma marca
- ▶ Selecione tópicos para discussão
- ▶ Encontre interlocutores (Idioma inglês para maior abrangência)
- ▶ Comunique de forma diferente (blog; Instagram – Nasa, National Geographic, asapScience)
- ▶ Agende mensagens/discussões no tempo
- ▶ Crie ligações... (amigos, seguidores, hashtags favoritas,...)

Monitorização Web e Social Media

Áreas de Promoção na Web

► Website / Revista

- ▶ Newsletters
- ▶ Notificação de novas edições

► Redes Sociais genéricas

- ▶ Facebook, Twitter, LinkedIn,...

► Redes Sociais Académicas

- ▶ Research Gate, Academia, Mendeley,...

► Grupos de Discussão

- ▶ Google Groups, LinkedIn, Mendeley,...

► Comunicação Social

- ▶ Jornais, revistas

Acessos Web

► Google Analytics e Piwik

The image displays two web analytics dashboards side-by-side: Google Analytics on the left and Piwik on the right.

Google Analytics Dashboard:

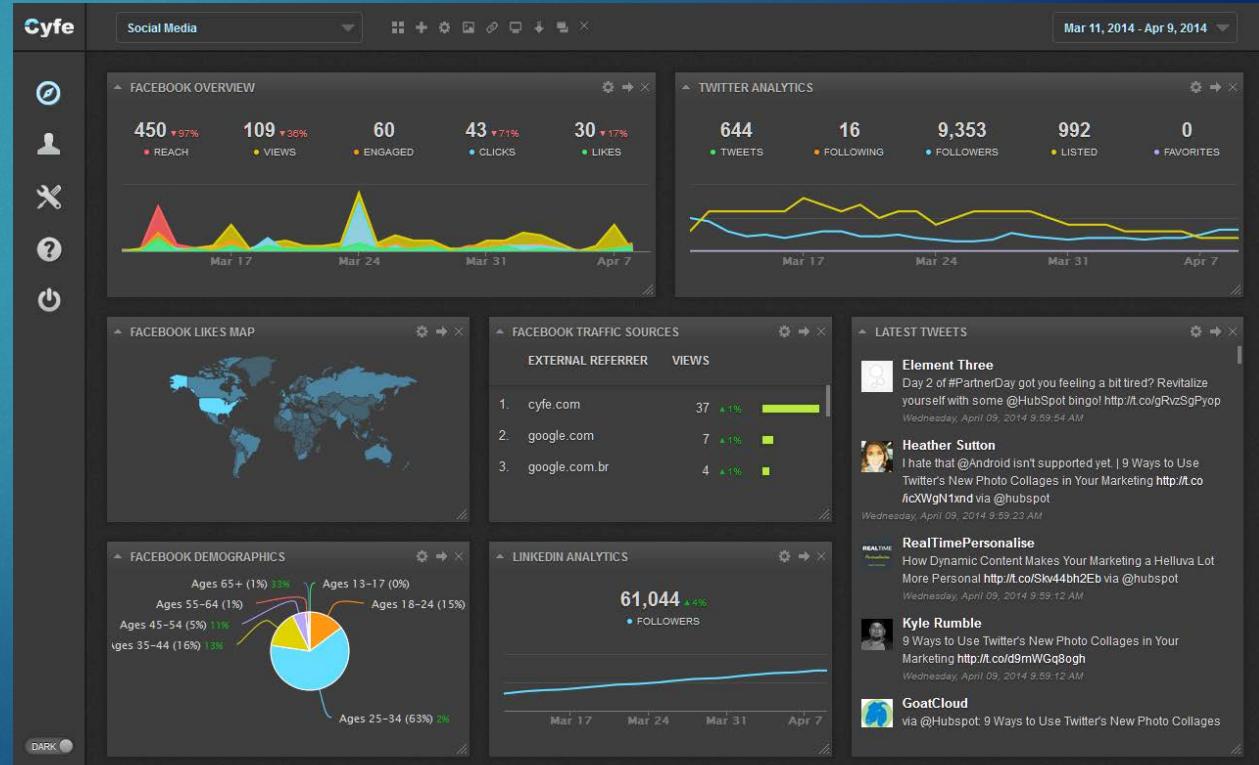
- Left Sidebar:** Includes links for "Dashboard", "Visitors", "Traffic Sources", "Content", "Goals", and "Ecommerce".
- Right Sidebar:** Includes "Analytics Settings" and "View Reports: Click to select Website Profile".
- Top Bar:** Shows the date range "Jan 1, 2007 - Jan 31, 2007" and a chart titled "Visits" comparing "Dec 1, 2006 - Dec 31, 2006" (green line) and "Jan 1, 2007 - Jan 31, 2007" (blue line).
- Section: Site Usage**
 - 16.107 Visits** (Dec 1, 2006 - Dec 31, 2006: 13,209 (21.94%))
 - 3,86 Pages/Visit** (Dec 1, 2006 - Dec 31, 2006: 4.08 (-5.37%))
 - 36,81% Bounce Rate** (Dec 1, 2006 - Dec 31, 2006: 35.98% (2.30%))
- Section: Visitors Overview**
 - Line chart showing visitors over time.
- Section: Map Overlay world**
 - Map showing visitor locations.

Piwik Dashboard:

- Top Bar:** Shows the date range "2013, January" and a chart titled "Visits Over Time".
- Section: Keywords**
 - Keyword not defined: 519 visits
 - color blind test: 19 visits
 - colour blind test: 14 visits
 - color blindness test: 7 visits
 - country shapes: 6 visits
- Section: Visitor Map**
 - Europe: 977 visits (48.2%)
 - Map showing visitor distribution by country.
- Section: Referrer Websites**
- Section: Visitor Browser**

Interação Social

- ▶ Facebook, Twitter, LinkedIn, etc...



Os “Personas”

- Pode optar por usar o seu perfil real ou um fictício...



Indicadores



Missão VS Avaliação

- A missão do investigador deve definir a sua forma de avaliação, e não a forma de avaliação definir a sua missão.

Missão → Avaliação

Missão ← Avaliação

Altmetrics

- As métricas alternativas medem a partilha/uso de um determinado trabalho (e não a conta criada inicialmente)

<http://altmetrics.org/tools/>

1. Add bookmarklet to your bookmarks toolbar
2. Visit any paper
3. Get article level metrics
with a single click



Um indicador...



THE
WORLD UNIVERSITY RANKINGS

TIMES HIGHER EDUCATION

PROFESSIONAL JOBS RANKINGS STUDENT NEW

Journal impact factors 'no longer credible'

The measure of scholarly impact is now being manipulated so much that it has ceased to be meaningful, editorial claims

November 5 2015

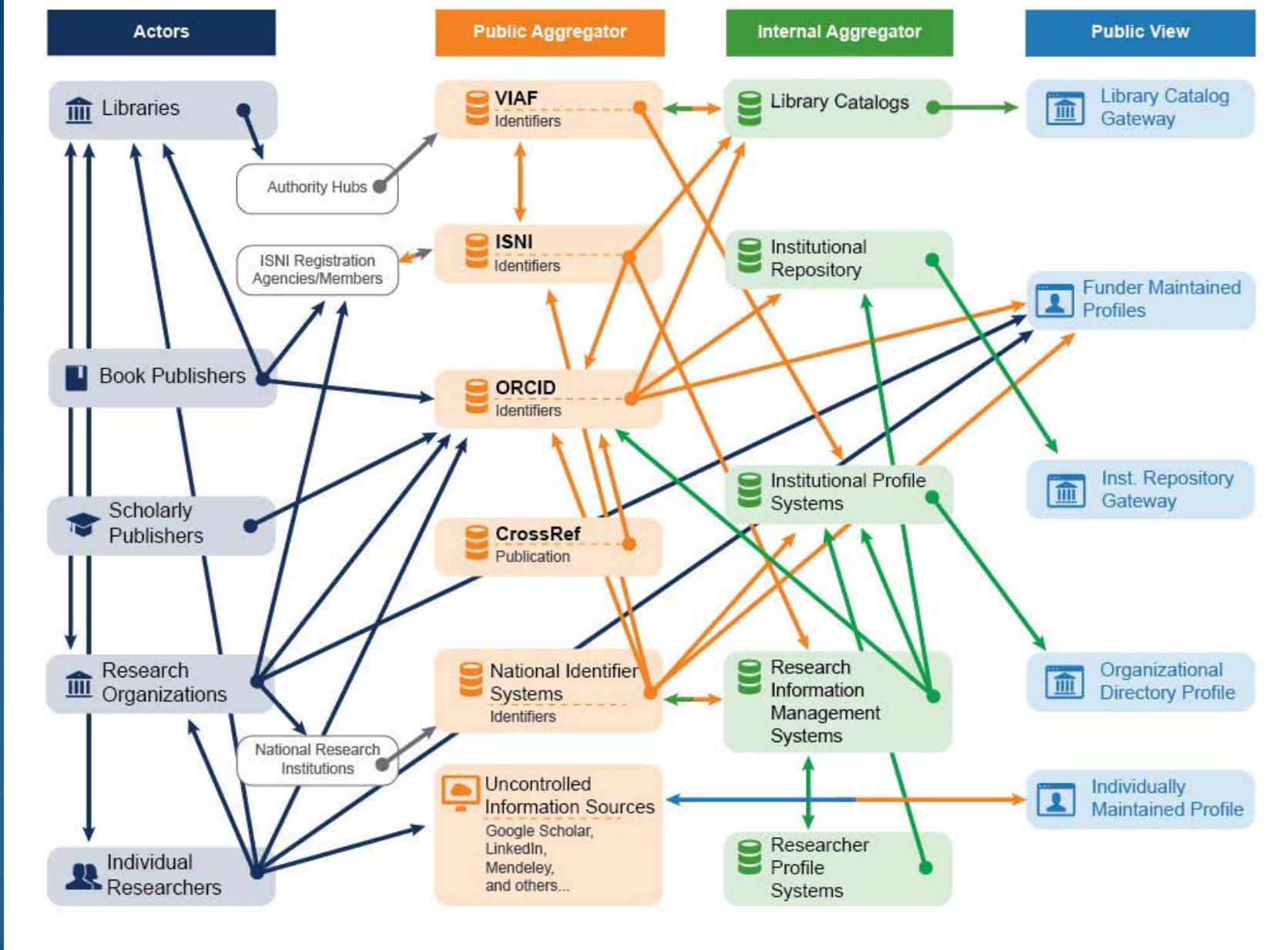
By David Matthews Twitter: @DavidMJourno

f t in

<https://www.timeshighereducation.com/news/journal-impact-factors-no-longer-credible>

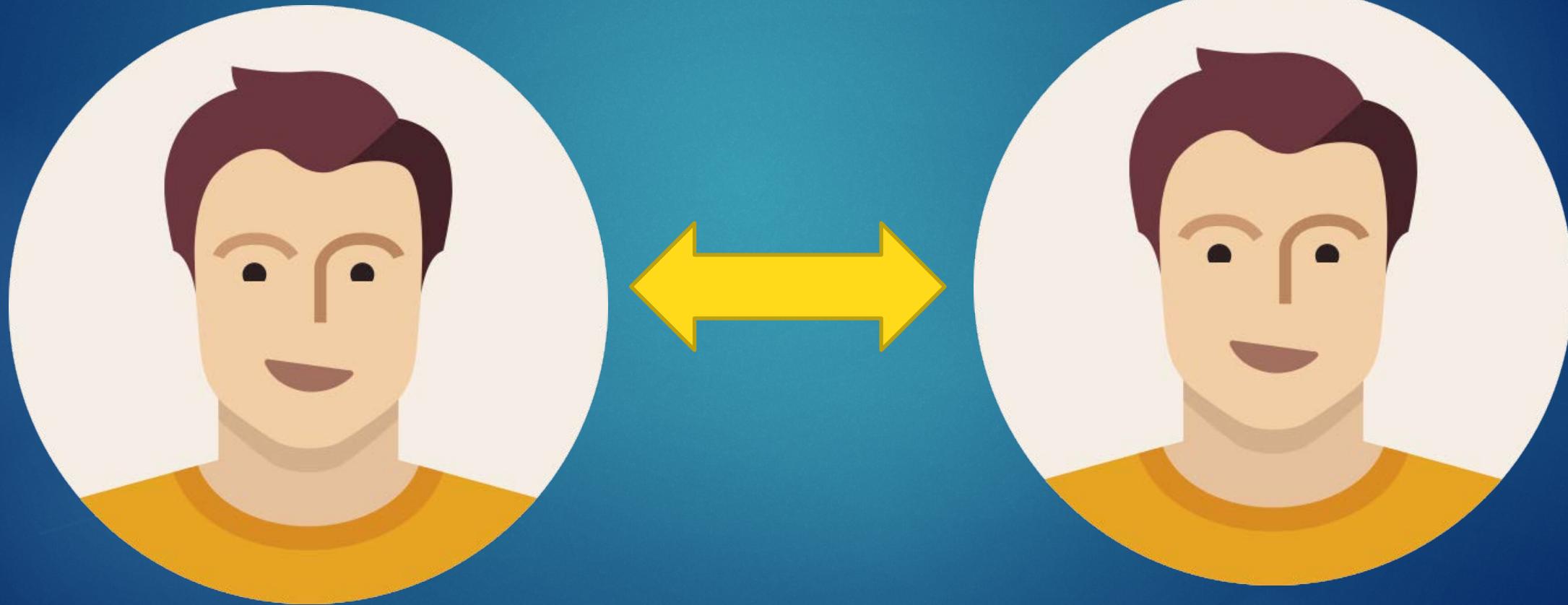
Mais indicadores...





► <http://www.oclc.org/content/dam/research/publications/library/2014/oclcresearch-registering-researchers-2014-a4.pdf>

Os Interfaces Humanos



Redes Sociais VS Repositório Institucional



	Open access repositories	Academia.edu	ResearchGate
Supports export or harvesting	Yes	No	No
Long-term preservation	Yes	No	No
Business model	Nonprofit (usually)	Commercial. Sells job posting services, hopes to sell data	Commercial. Sells ads, job posting services
Sends you lots of emails (by default)	No	Yes	Yes
Wants your address book	No	Yes	Yes
Fulfills requirements of UC's OA policies	Yes	No	No



<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> University of California OSC

- ▶ <http://osc.universityofcalifornia.edu/2015/12/a-social-networking-site-is-not-an-open-access-repository/>

Conclusões



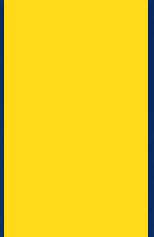
Usar ou não as redes Sociais?

- ▶ Sim
- ▶ Baseando o workflow de divulgação nos aspectos formais (repositório ou revista)
- ▶ Usar as redes sociais como ligação à “base” para promover indicadores mais formais (no futuro)

Conclusões

- ▶ Usem as ferramentas que os seus pares usam para divulgação da informação nas redes sociais
- ▶ Também existem perfis falsos, indicadores estranhos, falsas publicações
- ▶ Devem ser usadas em todo o ciclo de vida da investigação e/ou escrita de trabalhos
- ▶ Se tiver perfis na web, atualize-os e promova-se!

Adapte-se ao novo paradigma de **Ciência Aberta!**



Obrigado!

José Carvalho - josekarvalho@gmail.com