

El papel que desde las Revistas Científicas se da a las Redes Sociales: nuevas claves para la reflexión



Por José Sánchez-Santamaría¹ y Francisco M. Aliaga².

¹ Responsable de Redes Sociales de RELIEVE
Universidad de Castilla La Mancha

² Director de RELIEVE. Revista ELección de Investigación y EValuación
Educativa. Universidad de Valencia (UV)

Publicado el 15 de marzo de 2019.

Las redes sociales se han convertido en medios de comunicación, difusión e intercambio de información esenciales para nuestras vidas. Cualquiera de nosotros y nosotras hacemos usos de las redes sociales todos los días, mediante la cuales llevamos a cabo múltiples tareas y compartimos opiniones, ideas, proyectos, experiencias o productos con muchas personas, incluso, a muchas de ellas es posible que ni las conozcamos de forma física.

Las revistas científicas, como ya hemos puesto de manifiesto en otras entradas (Sánchez-Santamaría & Aliaga, 2018a, 2018b) han encontrado en las redes sociales un medio ideal para su trabajo de difusión científica. Son muchas las publicaciones que, en los últimos 10 años, están intentado arrojar luz al sentido y función que desde las revistas científicas le estamos dando a las redes sociales. Se analiza cuál es su alcance y contribución, no solo en las tareas de producción y difusión científica, sino también en el cambio de formas de trabajar y relacionarse con todas las personas implicadas, desde los autores y autoras hasta las personas que usan los artículos científicos, cuáles son los motivos por los que las revistas deciden adoptar el uso de una red social (Fernández y Centellas, 2014; Roig-Vila, Mondéjar & Lledó, 2015; Valerio-Ureña & Herrera-Murillo, 2017; Corbella & González, 2017; Arcila-Calderón, Calderín-Cruz & Sánchez-Holgado, 2019).

En este sentido, con esta nueva entrada os invitamos a compartir una serie de claves que nos permitan reflexionar sobre cuál es el papel, y por tanto, el sentido y función que desde las revistas científicas concedemos a las redes sociales, conscientes de que se trata de una mirada parcelada a la cuestión, ya que se asume una mirada general, pero que nos permite continuar pensando sobre el sentido y función del hecho de que las redes sociales sean aliadas de las revistas científicas. Al final de cada reflexión o clave para la reflexión, hacemos una síntesis de la idea y planteamos unas propuestas, a modo de prospectiva, sobre qué evidencias pueden

ser necesarias para continuar avanzando en nuestra comprensión del papel que pueden jugar las redes sociales.

1. Todas las revistas científicas están presentes en las redes sociales.

No es así. A buen seguro que una revisión de todas las revistas científicas de educación en el contexto español nos informaría de que la totalidad, salvo alguna excepción, cuentan con un alojamiento virtual en internet en el que se recoge la versión electrónica de la revista, que en algunos casos es combinada con la de papel, aunque es un modelo cada vez menos frecuente. Por ejemplo, todas las revistas participantes de Aula Magna 2.0 cuentan con página web. Aquellas con sello de calidad de la FECYT tienen a su disposición la plataforma de gestión, edición y acceso al contenido (<https://recyt.fecyt.es/index.php/index/index>), aunque no siempre la utilizan, debido a las limitaciones del servicio, y aprovechan otras plataformas semejantes.



Hay revistas que no tienen cuentas oficiales en redes sociales como Twitter o Facebook, ni tampoco en redes sociales científicas como Mendeley o Researchgate, por ejemplo. Lo que nos encontramos entre las revistas con mayor impacto o calidad editorial reconocida por JCR, SCOPUS o la FECYT, es que tienen activadas cuentas en algunas de las principales redes sociales, aunque sus usos son diversos en tiempo, contenido e intenciones. El caso

de Comunicar sería el que tiene una presencia mucho mayor, al estar incluso en redes sociales en principio tan exóticas como Renren (<http://sns.renren.com>). Sin embargo, debemos de ser prudentes al valorar estos hechos, ya que, según nuestro parecer, la presencia de la revista científica en las redes sociales debe estar en coherencia con los objetivos editoriales, las posibilidades y recursos disponibles, y la población a la que se dirige.

De hecho, y como caso ilustrativo, en el reciente trabajo de Arcila-Calderón, Calderín-Cruz & Sánchez-Holgado (2019), existen variaciones en la tasa de adopción real de las redes sociales, en función de si se analiza de forma general donde es baja, puesto que representa en su estudio al 38,21% del total de revistas, pero un análisis por redes sociales arroja diferencias, siendo Twitter con un 69,60% y Facebook con un 57,14% las que cuenta con mayor adopción, mientras que Researchgate (21,40%) o Academia (16,10%) es mucho menor.

- Síntesis: casi todas las revistas están en la red, pero no todas están en las redes sociales.
- Prospectiva: se necesitan evidencias que nos informen sobre los usos que hacen de las redes sociales en educación.

2. Las revistas científicas hacen uso de las redes sociales que les proporcionan una mejor expectativa de rendimiento y de influencia social.

En el caso de las redes sociales, el medio no es el mensaje, o al menos no tiene toda la potencia explicativa que a priori se podría esperar (Gandasegui, 2011). Lo importante, para las revistas científicas (así se desprende de la literatura y de la revisión que hemos realizado

de algunas sobre las redes sociales que emplean las revistas científicas), son los contenidos. Es decir, las revistas tienen como prioridad comunicar información sobre sus artículos. De hecho, en el trabajo de Arcila-Calderón et al. (2019), se evidencia, mediante un estudio de encuesta a editores y editoras, que lo que influye en qué red social se adopta por parte de la revista es la combinación entre expectativa de rendimiento y la influencia social, aunque esto es matizable, ya que solo se aprecia en las redes sociales generalistas y de corte no académico.

Una posible interpretación se debe a que las revistas asumen una estrategia de comunicación más funcional, en parte, por la necesidad de priorizar esfuerzos y recursos. Esta estrategia empieza a ser modificada, en el sentido, de que las revistas científicas cada vez más son conscientes de la contribución que las redes sociales pueden hacer a la mejora de su visibilidad, con implicaciones en su calidad, impacto y citación. Pero junto a ello estamos asistiendo a nuevas formas de medir el impacto, así como a nuevas formas de evaluar las contribuciones científicas, bien en formato de manuscrito previo a su publicación o bien como artículo ya publicado, lo que a buen seguro hará que las revistas tengan que avanzar hacia una estrategia de comunicación más colaborativa y participativa, donde las redes sociales pueden contribuir a potenciar las posibilidades de aspectos como el *Public Peer Review*, por ejemplo.

- Síntesis: las redes sociales son aliadas para el desarrollo de una estrategia funcional de comunicación de las revistas científicas, en la medida que el beneficio obtenido sea acorde con sus expectativas de rendimiento e impacto social, al menos en las generales.
- Prospectiva: se necesitan más contrastes sobre las evidencias actuales que nos informen sobre el comportamiento de editores y editoras, de autores y autoras, y de lectores y lectoras para ver en qué medida hay variables que nos ayudan a comprender los usos de las redes sociales.

3. Las revistas científicas que aspiran a ser de calidad tienen una mayor presencia en las redes sociales.

Parece lógico, a mayor grado de difusión, mayor visibilidad de lo que se difunde, y mayor probabilidad de que se cite. De hecho, si el objetivo esencial de una revista científica es difundir información, la relación directa parece, al menos en el planteamiento, adecuada. Esto explica, en parte, que en el contexto español, una proporción importante de las revistas científicas de educación tenga una cuenta oficial propia aunque, en algunos casos, se comparte con la cuenta oficial de la organismo del que dependen las revistas. Buscan con ello incrementar su presencia en las redes sociales, hacerse más visibles. Ello puede llegar a convertirse en un elemento de calidad, en el sentido de que puede tener implicaciones sobre su impacto, en número de citas pero también de lectores, de impacto social. En este sentido, encontramos que todas las revistas científicas de educación indexadas en JCR o en SCOPUS cuentan con algún tipo de cuenta en redes sociales. Otra cuestión, es cuál es el sentido y función de esa presencia en las redes sociales, así como el grado de implicación de la revista por mantener activa de forma habitual la comunicación y difusión en la red social en la que tiene la cuenta oficial. Los estudios recientes (Tur-Viñes, Segarra-Saavedra & Hidalgo-Martí, 2017) nos informan de que, en redes sociales como Twitter, las revistas científicas del campo de las ciencias sociales tienen una presencia relevante, pero no hacen uso de todas las posibilidades que les ofrece como, por ejemplo, el uso de hipertexto combinando texto, imágenes, vídeos, etc., o compartiendo otros enlaces relacionados con la publicación científica que están promocionando o comunicando.

Lo anterior apunta a una tendencia sobre los usos que desde las diferentes revistas científicas hacemos de las redes sociales. Un primer análisis nos revela que se realiza un uso funcional, orientado a replicar contenido de identificación del número publicado y/o del artículo.

- Síntesis: las revistas científicas de calidad asumen en su estrategia de difusión científica la necesidad de estar presente en las redes sociales.
- Prospectiva: identificar evidencia que nos informe sobre la concreción de esta intención de las revistas, para ver en qué sentido y función hacen uso de éstas, más allá de la intención de calidad que les motiva a estar presentes en las redes sociales.

4. Las revistas científicas contribuyen a la marca e identidad digital de los autores y autoras que publican sus trabajos en ellas.

En anteriores entradas hemos puesto de manifiesto que las revistas científicas, en su afán por aprovechar las posibilidades que les ofrecen las redes sociales, intentan “dar proyección a los autores y autoras, dando respuesta a uno de los fines esenciales de las revistas vinculado con estar al servicio de la comunidad científica, y por tanto, de la sociedad. Esto tiene implicaciones directas sobre la identidad digital y el prestigio académico de los investigadores e investigadoras” (Sánchez-Santamaría & Aliaga, 2018).

Es algo todavía por explorar de forma dedicada por las revistas, ya que el sentido funcional de la comunicación basado en una estrategia orientada a visibilizar lo que se publica, hace que pueda perder protagonismo el rol tan importante que deben jugar las revistas científicas en contribuir a la imagen de la investigadora o investigador. Esto implica pasar del resultado expresado en un artículo a poner en valor la importancia del proceso, en el sentido de que un artículo es resultado de un proceso de construcción como investigador o investigadora asociado a su carrera, a su contribución en la generación de conocimiento científico al pull común de la ciencia, y no solo como algo aislado, fruto del oportunismo o de las modas. Se trata de que las revistas contribuyan también a esto.

Pero además, el que las revistas empiecen a dar importancia a esta función en relación con el desarrollo de la carrera profesional del investigador e investigadora, conlleva que tengan que pensar sobre en “qué revista publicar, junto a los criterios de tipo de política editorial, periodicidad, indexación, factor de impacto, acceso, audiencia potenciales, tiempos de revisión y edición, entre otros, debería considerar la contribución directa e indirecta de la revista a su identidad digital, que en buena medida el prestigio académico está relacionado, también, en dónde se publica el artículo y qué medidas dispone para difundirlo y darle visibilidad” (Sánchez-Santamaría & Aliaga, 2018).

- Síntesis: las revistas científicas contribuyen a la difusión y construcción de la marca e identidad digital de los investigadores y las investigadoras, aunque esta contribución es algo difusa y se aprovechan muy poco las oportunidades que nos ofrecen las redes sociales para ello.
- Prospectiva: se necesitan evidencias que nos informen sobre cómo abordan esta cuestión las distintas revistas, en qué medida y sentido lo hacen, qué percepción tienen sobre ello todos y todas las implicadas, qué grado de importancia tiene para los y las investigadores esta cuestión, qué variables nos ayudan a explicar los usos e implicaciones de esta cuestión sobre todas las personas implicadas en ello, etc.

5. Redes distintas, usos y posibilidades diferentes

El uso funcional de las redes sociales es el que más utilizan las revistas científicas con cuentas oficiales. Cuando se comparan las cuentas de una revista científica de educación en Twitter y Facebook, lo que nos encontramos, en la mayoría de los casos, es que se emplea la misma información para difundir un artículo, incluso el mismo formato, etc. No se tiene en cuenta que, a pesar de ser dos redes sociales, y aunque cumplen por tanto una serie de funciones comunes, presentan particularidades respecto a para qué y por qué fueron creadas cada una de ellas.



Twitter y Facebook comparten el hecho de ser redes sociales, con algunas opciones similares, pero dan respuesta a necesidades y oportunidades muy distintas. Si esto no se tiene en cuenta, el potencial informativo y colaborativo que pueden tener ambas redes sociales pierde su efecto, y los beneficios dejan de serlo para convertirse en elementos que dan, cuanto menos, una imagen poco atractiva, dinámica y estimulante para los seguidores o seguidoras, o para los amigos o amigas, según que red sea. El carácter más horizontal de Facebook y el más vertical, en el sentido de unidireccional, de Twitter debe ser valorado, porque requieren de un contenido y una forma de presentar ese contenido que no debería ser igual, si lo que se quiere es que estas redes sociales, junto a otras, sean verdaderas aliadas eficaces de las revistas científicas.

- Síntesis: las revistas científicas deben utilizar criterios de adopción y uso de las redes sociales para comunicar y colaborar en red atendiendo a la naturaleza de las mismas
- Prospectiva: se necesitan evidencias que nos informen sobre cómo escogen las redes sociales las revistas, cuáles son los criterios que manejan para difundir la información, en qué grado se aplican criterios coherentes en la difusión de la información, respecto a qué y cómo comunicar, según la red social, etc.

Para finalizar, como hemos planteado en el presente texto, la concreción del papel que, como aliadas, están jugando las redes sociales en nuestro contexto pasa por reflexionar sobre qué y cómo lo estamos haciendo, con la intención de poder explorar nuevas formas de comunicar que contribuyan a mejorar nuestra visibilidad y compromiso social con la mejora del bienestar social de todos y todas desde los derechos humanos, que es sin duda el fin último que da sentido al por qué, el para qué y el qué de la ciencia en nuestras sociedades.

Recomendamos por tanto debatir y reflexionar sobre cuál es el sentido y función de las redes sociales en nuestras estrategias de difusión, y en qué medida podemos avanzar para conocer,

comprender y explicar mejor su contribución al desarrollo de la ciencia y de las personas implicadas en esta apasionante y noble tarea de hacer ciencia.

Referencias bibliográficas:

- Arcila-Calderón, C., Calderín-Cruz, M., & Sánchez-Holgado, P. (2019). Adopción de redes sociales por revistas científicas deficiencias sociales. *El profesional de la información*, 28(1), 1699-24077. Recuperado de <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2019/ene/07.pdf>
- Corbella, M. R., & González, A. G. (2017). La visibilidad de las revistas científicas de educación en el entorno 2.0: el uso de las redes sociales. *Edetania: estudios y propuestas socio-educativas*, (50), 59-72.
- Gandasegui, V. D. (2011). Mitos y realidades de las redes sociales. *Prisma Social: revista de investigación social*, (6), 340-366. Recuperado de <https://www.redalyc.org/html/3537/353744578007/>
- Martorell, S, Canet, F., & Codina, L. (2014). Canalizar audiencias académicas: Propuesta de una red social para investigadores en estudios filmicos. *Hipertext. net*, 12, 1-13. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/274217/364520>
- Roig-Vila, R., Mondéjar, L., & Lledó, G. L. (2015). Redes sociales científicas. La Web social al servicio de la investigación. *IJERI: International Journal of Educational Research and Innovation*, (5), 170-183.
- Sánchez-Santamaría, J. & Aliaga, F. (2018a). Fuente RSS: una aliada para la difusión y comunicación eficaz de las Revistas Científicas. *Aula Magna 2.0*. [Blog]. Recuperado de <http://cuedespyd.hypotheses.org/3400>
- Sánchez-Santamaría, J. & Aliaga, F. (2018b). Contribuciones de las revistas científicas a la identidad digital de los investigadores e investigadoras. *Aula Magna 2.0*. [Blog]. Recuperado de <http://cuedespyd.hypotheses.org/5448>
- Tur-Viñes, V., Segarra-Saavedra, J., & Hidalgo-Marí, T. (2017). Uso de Twitter como herramienta de difusión en las revistas científicas españolas de Comunicación. 7ª Conferencia Internacional sobre *Revistas de Ciencias Sociales y Humanidades*. Recuperado de: http://thinkipi.net/notas/crecs_2017/J_16_30_Segarra.pdf
- Valerio-Ureña, G. & Herrera-Murillo, D. (2017). Online social networks as a communication channel for open access journals. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 1341-1350. doi: 10.4185/RLCS-2017-1221-71en

Cómo citar esta entrada:

- Sánchez-Santamaría, J. & Aliaga, F. (2019). El papel que desde las Revistas Científicas se da a las Redes Sociales: nuevas claves para la reflexión. *Aula Magna 2.0*. [Blog]. Recuperado de: <http://cuedespyd.hypotheses.org/6111>