

Visualización de la producción científica en las redes sociales como estrategia para el posicionamiento en los rankings académicos mundiales

Cira de Pelekais
cpelekais@gmail.com
Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
Maracaibo. Venezuela
Elmar Pelekais
pelekais@gmail.com
Universidad Autónoma del Caribe, UAC
Barranquilla. Colombia

RESUMEN

El propósito de este trabajo está basado en la generación de elementos teóricos relacionados a la visualización de la producción científica en las redes sociales, como estrategia para el posicionamiento en los rankings académicos mundiales. Es una investigación dentro del paradigma interpretativo y tiene su base en la teoría fundamentada, que consiste en un proceso de codificación e integración de categorías y datos para proceder a la concepción de elementos creados a partir de un análisis triangulatorio. Las unidades de análisis estuvieron determinadas por informantes clave relacionados al área de tecnologías de la información y comunicación, así como Directores de los centros de investigación e investigadores de 13 universidades nacionales. Los resultados evidencian que las redes sociales pueden ser un excelente aliado a la hora de dar visibilidad a la producción intelectual generada por los investigadores en su quehacer científico. Asimismo, se pudo evidenciar que en 13 de las universidades venezolanas revisadas, el registro de los investigadores en los diferentes índices internacionales es muy bajo, lo que indica que la producción intelectual no se está dando a conocer ni socializando, por lo tanto, el conocimiento se queda acumulado en los anaqueles de las bibliotecas. Recomendando implementar estrategias que permitan mejorar la visibilidad de los investigadores en las redes sociales, adicionalmente medir el impacto de los trabajos socializados en función de replicarlos en contextos similares o que sirvan de consulta a otros investigadores en el área del conocimiento.

Palabras clave: Visualización, Producción científica, Redes sociales, Rankings académicos

A manera de Introducción

Al hablar de visualización de la producción científica de los investigadores nos estamos refiriendo a la necesidad que existe en cada una de las instituciones universitarias o no, en las cuales se investiga, de socializar los resultados del

trabajo generado. Para ello muchas de estas organizaciones, se han impuesto como meta utilizar las redes sociales de las que disponen o crear dominios que sirvan de forma de comunicación entre autores y científicos que comparten un interés común, ya sea por línea de investigación o por área temática específica.

Justamente en los momentos actuales las organizaciones universitarias necesitan asumir estrategias comunicativas que hagan posible posicionar no solo su producción intelectual sino también, el servicio educativo que ofrecen, de esta manera pueden hacerse más competitivas al asegurar credibilidad y confianza en el contexto donde se desenvuelven. Este reconocimiento garantiza su trascendencia en el tiempo. Para lograr este propósito, se requiere implementar una gestión de comunicación integral, que abarque las funciones básicas de la universidad como son docencia, investigación y extensión, utilizando para ello, las redes sociales a su alcance.

Por otro lado, la visibilidad y proyección universal de los resultados de la investigación se han convertido hoy en día, en un elemento indispensable en la promoción académica del profesorado universitario de cualquier país y, a su vez, en los rankings de las universidades, cuyo prestigio guarda relación, entre otros, con el número de artículos indexados principalmente en las bases de datos de Thomson y Reuters que publican sus investigadores (Lee, 2014; Fernández-Ríos y Rodríguez-Díaz (2014) citado por Fonseca et al (2014); Giménez y Jiménez, 2013).

En este sentido, una de las metodologías utilizadas hasta ahora, está fundamentada en citas y referencias que se hacen de las diversas publicaciones que son divulgadas en la web, siendo el denominador común los descriptores o palabras clave, por medio de las cuales se produce la búsqueda en función de los intereses particulares. Precisamente, con este fin se expone este trabajo que tiene como propósito la generación de elementos teóricos relacionados a la visualización de la producción científica en las redes sociales, como estrategia para el posicionamiento en los rankings académicos mundiales.

Problemática abordada

Afrontada la realidad evidenciada en algunas de las universidades de Venezuela, con respecto a la visualización de la producción científica de sus investigadores, hace pensar en la socialización que de manera continua y permanente debe realizarse a través de los medios disponibles como son eventos científicos, publicaciones arbitradas e indizadas, abordajes comunitarios e intervenciones académicas, entre otros. Precisamente en este marco de ideas, hacen su aparición una serie de síntomas que delatan cual es la enfermedad, por así llamarlo, que sufre este aspecto tan importante del quehacer investigativo.

A tal efecto, revisados los medios de divulgación científica de las universidades analizadas, se pudo evidenciar un descenso en las citas de los trabajos publicados, bajo volumen de artículos para divulgar, poca inmediatez entre los lapsos de tiempo de recepción y aceptación de los trabajos, complementado con el poco hábito de leer. Por otro lado, los altos costos de editar revistas impresas, han hecho que las organizaciones universitarias cambien la estrategia hacia una publicación electrónica, para lo cual requieren además de un software adecuado el personal entrenado para su utilización.

Al respecto de lo planteado, Romero et al (2013) afirman que el futuro de las revistas científicas en Latinoamérica es incierto. La incapacidad de calcular indicadores bibliométricos útiles para clasificarlas y homologarlas con cuartiles de referencia mundial reduce su visibilidad. Por ejemplo, las revistas colombianas clasificadas en la Base Bibliográfica Nacional Publindex (BBNP) bajo las categorías A1, A2, B y C, poseen baja indexación en bases de datos internacionales como Web of Science o Scopus, limitando la estimación de indicadores bibliométricos para su comparación a nivel internacional.

Adicional a las dificultades antes planteadas, está el hecho que en el país no hay una cultura investigativa consolidada, prueba de ello es la cantidad de investigadores acreditados en el Programa de Estímulo a la investigación e Innovación (PEII), desde 1990 al 2013 sólo estaban registrados 23465 innovadores e investigadores y en la última convocatoria nacional (2016)

participaron 10715, de los cuales un porcentaje de un 10% aproximadamente fue declarado no aprobado para ingresar al mencionado programa. En un país con más de treinta y uno millones de habitantes, claramente se visualiza un déficit de investigadores, considerando que la UNESCO recomienda, al menos, un investigador por cada 1000 habitantes.

También es importante mencionar que adicional al déficit de investigadores, quienes ya están acreditados, se ocupan poco de establecer estrategias de posicionamiento en los rankings internacionales, tal es el caso de adscribirse y registrar la producción científica en bases de datos como Thomson Reuters, Research ID, Research Gate, ORCID, Web of Science, Scopus y Scholar Google.

Refuerzan lo expuesto Aguillo et al (2005) cuando señalan que una de las técnicas más novedosas de la cibermetría es el estudio del posicionamiento de páginas o sedes web en los motores de búsqueda, que ya se han convertido en el principal intermediario de la recuperación de información en Internet. La posición relativa puede ser un buen indicador para medir la visibilidad y el impacto de las sedes web académicas y de investigación en la medida que permite poner en contexto este sector con el resto de los que vertebran el webespacio y valorar su aportación e importancia relativa. Complementando con la afirmación “la mejora de la posición de las universidades iberoamericanas estaría ligada a la adopción de políticas de publicación electrónica más agresivas, incluyendo iniciativas de acceso abierto (*open access*), auto archivo de trabajos (*self-archiving*) y la creación de grandes depósitos de documentos”.

Marco teórico referencial

Visualización de la producción científica

Con respecto a la temática, De Moya et al (2010) señalan que la visibilidad de las publicaciones científicas, se mide en los estudios bibliométricos mediante los recuentos de las citas. En este sentido, aseguran los autores referenciados, que los problemas con los análisis de citas se han reconocido en múltiples ocasiones y sin embargo proporcionan algún tipo de información valiosa para

evaluar y generar rankings de investigadores e instituciones y es una evidencia importante del uso de la información científica en el seno de los procesos formales de comunicación entre investigadores.

Sánchez (2007) asegura que uno de los métodos que se utiliza para descubrir la relación existente entre la red formada por los trabajos científicos (asociados entre ellos por sus citas y referencias), así como la estructura de un dominio científico dado es el análisis de citas, y dentro de estas, el análisis de cocitación o coocurrencias. Esta técnica se basa en el concepto de que la cocitación entre dos trabajos (el número de coocurrencias en la lista de referencias de artículos científicos) indica su afinidad tópica y permite caracterizar a un autor, artículo o revista sobre la base de su similaridad y la utilidad que el resto de la comunidad encuentra en referenciarlas a las dos juntas. Además de la cocitación en las referencias, puede analizarse coocurrencias de palabras en el título y la coocurrencia de descriptores de materia, entre otros elementos del artículo científico.

Visibilidad internacional: Criterios a la hora de publicar

Para Fonseca et al (2014), la producción científica en lengua española, se sitúa aún en cierto nivel de invisibilidad dentro del cuerpo central del conocimiento de la disciplina. Los investigadores internacionales de reputación no las consultan bien por desconocimiento del idioma en el que se publica, bien porque las temáticas no son suficientemente centrales ni reflejan investigaciones contribuyentes al conocimiento, bien porque no están adecuadamente difundidas a través de bases de datos internacionales de máxima seriedad y redes sociales y no son conscientes de su existencia. Lee (2014) interpela a autores de impacto sobre sus criterios de selección de revistas para publicar en ellas. Por orden de preferencia, la elección se basa en primer lugar en revistas que correspondan a las líneas temáticas del autor (50%), seguido de estar incluida en SSCI (33%).

En segundo lugar también, con el mismo porcentaje (33%) confirman que su elección depende del prestigio de la revista, de ser una publicación internacional conocida, con múltiples estrategias de visibilidad como los “call for papers”, redes

sociales científicas... El tercer puesto (25%) lo ocupa el estar accesible para una gran audiencia de lectores y el poseer unas altas tasas de aceptación. Finalmente, otros criterios seguidos son los requisitos impuestos por la universidad a la que pertenecen (17%), el factor de impacto oficial y la velocidad de decisión en ser publicado o no (8%).

Con respecto a lo planteado anteriormente, Fonseca et al (2014), prosigue afirmando que el prestigio de una revista se basa sin lugar a dudas en la seriedad de sus contribuciones, sujetas a profundas revisiones por expertos, y en que éstas sean internacionalmente conocidas. El inglés como lengua científica ocupa un lugar relevante, sin desdeñar la importancia del alcance del español. La accesibilidad a su contenido incide también en su visibilidad.

Redes sociales como estrategia para el posicionamiento en los rankings académicos mundiales

Redes Sociales

Para Zamora (2006) las redes sociales en Internet suelen posibilitar que las palabras pluralidad y comunidad se conjuguen y allí quizás esté gran parte de toda la energía que le da vida a los grupos humanos que conforman esas redes. Además de propiciar la interacción de miles de personas en tiempo real, con base en un sistema global de relaciones entre individuos.

Por su parte, Godoy, en el capítulo redes sociales y comunidades, del libro Del 1.0 al 2.0: claves para entender el nuevo marketing (2009), citado por Figueredo (2010) explica que, en esencia, las redes sociales son distintas a los medios de comunicación tradicionales porque: El contenido que vienen a consumir es el contenido generado por su lista de contactos (no el contenido editorial desarrollado por la Web), además ellos mismos son generadores de contenido para otros (no sólo consumidores de contenido); el promedio de visitas que se hace a este tipo de sitios es mucho mayor, incluso en un mismo día, y el número de páginas vistas mucho más elevado.

Burgueño (2009) las clasifica de la siguiente manera:

Por su público objetivo y temática:

-Redes sociales horizontales: son aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida.

-Redes sociales verticales: están concebidas sobre la base de un eje temático agregador. Su objetivo es el de congregar en torno a una temática definida a un colectivo concreto.

Por el sujeto principal de la relación:

-Redes sociales humanas: son aquellas que centran su atención en fomentar las relaciones entre personas.

-Redes sociales de contenidos: las relaciones se desarrollan uniendo perfiles a través de contenido publicado.

-Redes sociales de inertes: su objeto es unir marcas, automóviles y lugares.

Por su localización geográfica:

-Redes sociales sedentarias: este tipo de red social muta en función de las relaciones entre personas, los contenidos compartidos o los eventos creados.

-Redes sociales nómadas: a las características propias de las redes sociales sedentarias se le suma un nuevo factor de mutación o desarrollo basado en la localización geográfica del sujeto.

En otro orden de ideas, Owyang (2009) en su informe “El futuro de la web social”, predice cinco épocas en la evolución de las redes según el comportamiento observado en los usuarios: la era de las relaciones sociales, la funcionalidad social, la colonización social, la era del contexto social, y la del comercio social. Las mismas no son del todo secuenciadas y en muchos casos se presentan solapadas. Complementando lo expuesto al agregar, las Redes Sociales no son el remedio para todos los defectos del sistema universitario actual pero pueden ser un complemento ideal para el desarrollo del ámbito y de los entornos actuales de aprendizaje. Aplicadas en una forma consciente, profesional pueden ayudar a reconstruir la universidad convencional o a distancia, como universidad social en el sentido clásico, posibilitando la identificación de los integrantes con la institución misma.

De igual forma, agregan Brito et al (2013) como parte de las amenazas de las redes sociales se evidencia que hay poco control debido a su modo abierto. La universidad, desde la visión tradicional, se vuelve más vulnerable, más expuesta. Además, es un hecho que los estudiantes tienen más confianza y reciben informaciones más rápidas de sus pares que de la institución misma. Dentro de los principales fines de uso de las plataformas sociales universitarias de parte de los estudiantes se destaca: diversión, conocer y contactar amigos, recibir informaciones actuales sobre asuntos administrativos, y lanzar o desarrollar campañas políticas.

Por su parte García (2011) al referirse a los rankings académicos de universidades asegura que son listas ordenadas que clasifican y acomodan a las universidades e instituciones de educación superior siguiendo una metodología basada en criterios medibles y reproducibles, por ello el adjetivo “académica”. De allí, según Rioseco et al (2009), el propósito de éstas listas es dar a conocer públicamente el desempeño y calidad relativa de tales instituciones. Las listas clasificadoras son de dos tipos: globales y específicas. Las listas globales toman en cuenta dos o más criterios. Las listas específicas se elaboran tomando en cuenta una sola categoría.

Por otro lado, Leite (2008) manifiesta que la declaración de Berlín reconoce que los rankings en la educación superior deben servir para: 1) Responder a la demanda de consumidores con información fácilmente interpretable sobre la calidad de las instituciones de educación superior, 2) Estimular la competencia entre universidades, 3) Suministrar información racional para el otorgamiento de recursos y 4) Ayudar a distinguir entre diferentes tipos de instituciones y diferentes programas y disciplinas. Los rankings son útiles si se entienden e interpretan correctamente, pues contribuyen a la definición de la calidad de las IES. También son útiles para complementar el trabajo que realizan instancias públicas y privadas de un país.

Complementando lo expuesto, Fonseca et al (2014), señala que las indexaciones en bases de datos que comercializan el conocimiento científico a la

vez que lo hacen llegar a las instituciones de los investigadores, el *open access*, los repositorios institucionales, las redes sociales científicas como ResearchGate, Academia.edu, los catálogos colectivos internacionales como lo son COPAC (Reino Unido), SUDOC (Francia) y ZDB (Alemania) o Library of Congress (EEUU), por citar algunas, son vías que liberan las publicaciones científicas y las hacen más accesibles a través de la red. Dada la inestabilidad natural de la web, son relevantes los metadatos, metaetiquetas que constan en el código fuente de cada artículo e incluyen categorías identificativas como fecha, volumen, número, y la identificación universal de autores (ORCID, ResearchID) y de manuscritos (DOIs). La publicación semántica de metadatos, identificación universal de autores y URL fijo de artículos preservan la posibilidad de una citación apropiada y persistente.

Aspectos metodológicos

Es una investigación dentro del paradigma interpretativo y tiene su base en la teoría fundamentada, que consiste en un proceso de codificación e integración de categorías y datos para proceder a la concepción de elementos creados a partir de un análisis triangulatorio. Una vez obtenido todos los códigos, memos y diagramas, se procede a ejecutar la categorización abierta, esta comienza la configuración de la realidad tal y como la ve el entrevistado generando categorías que conforman los pilares fundamentales de esa visiones, de la misma manera, se extraen sub-categorías, las cuales fungen como las dimensiones que caracterizan la categoría a la cual pertenecen, para que esto pueda ser, deben utilizarse los memos y diagramas previamente diseñados, deviniendo además, que los mismos revelan la complejidad del proceso reflexivo. Strauss y Corbin (2002).

Las unidades de análisis estuvieron determinadas por informantes clave relacionados al área de tecnologías de la información y comunicación, así como Directores de los centros de investigación e investigadores de 13 universidades nacionales, que por guardar la confidencialidad solicitada por sus autoridades, están referidas a lo largo del trabajo bajo la denominación de directores e investigadores.

Develación de Resultados

Los resultados de la triangulación realizada, así como los memos arrojados, producto de las categorías derivadas de las respuestas obtenidas al efectuar la entrevista, evidencian que las redes sociales pueden ser un excelente aliado a la hora de dar visibilidad a la producción intelectual generada por los investigadores en su quehacer científico. Asimismo, se pudo demostrar que en 13 de las universidades venezolanas revisadas, el registro de los investigadores en los diferentes índices internacionales es muy bajo, lo que indica que la producción intelectual no se está dando a conocer ni socializando, por lo tanto, el conocimiento se queda acumulado en los anaqueles de las bibliotecas.

Es reducido el número de investigadores que tiene información sobre como registrar su producción y en que le beneficia hacerlo. De las universidades objeto de análisis sólo una ha fijado estrategias para posicionar a sus investigadores en los rankings internacionales, precisamente es una institución de gestión privada. De allí, que estos hallazgos infieren la necesidad de crear redes de cooperación que hagan posible el intercambio de trabajos, citas nacionales e internacionales, lo que reforzaría indicadores de visibilidad y movilidad académica, beneficiando no solo a los investigadores sino también a las universidades.

Reflexiones finales

Una vez realizado el estudio y visualizada la develación de los resultados, se considera necesario enfatizar en la implementación de estrategias que permitan mejorar la visibilidad de producción intelectual de los investigadores, haciendo uso de las redes sociales, adicionalmente medir el impacto de los trabajos socializados en función de replicarlos en contextos similares o que sirvan de consulta a otros investigadores en el área del conocimiento. De igual forma, resulta inevitable reflexionar sobre el fomento de la investigación e implementación de experiencias soportadas en redes sociales en el contexto universitario, acompañados estos intentos de los insoslayables mecanismos de socialización y difusión que permitan reutilizar las experiencias logradas.

Por otro lado, según los estudiosos del tema, el permitir publicidad en Facebook u otra plataforma para iniciar la actividad en la red, es totalmente válido e incluso recomendado. No obstante, hay algunas sugerencias que deben seguirse antes de hacerlo, tales como seleccionar una imagen adecuada, así como un mensaje atractivo, que genere confianza e impulse a la gente a interesarse en la producción socializada.

De acuerdo a Pasquini (2012), resulta necesario conocer las características particulares, como las diferencias entre “grupos” y “páginas” en Facebook, tema que es ciertamente poco difundido en el contexto universitario. También resulta muy importante establecer un buen diseño e imágenes en los perfiles de redes sociales. Se debe tener especial cuidado con la imagen que se refleje en las redes, ya que los usuarios están acostumbrados a imágenes frescas y atractivas, por lo que representaciones muy rígidas, simplemente no van a funcionar.

También es necesario que los investigadores conozcan las bases de datos a las que pueden acceder para dar a conocer el trabajo que desarrollan, muchas de ellas se soportan unas a las otras y hasta es posible migrar información directamente desde cada página. Tal es el caso de ORCID y Resarched ID.

Finalmente, es importante tener claro que producto de investigación que no se divulga no es investigación, pues es indispensable socializar los resultados obtenidos a los fines de obtener esa confiabilidad tanto interna como externa requerida en nuestros trabajos, es a partir de allí que las redes sociales pueden ser utilizadas como estrategia de visualización para el posicionamiento en los rankings académicos mundiales.

Referencias bibliográficas

- Aguillo, I; Granadino, B; Llamas, G (2005) Posicionamiento en el web del sector académico iberoamericano. *INCI* [online]. Vol.30, n.12 [citado 2016-03-23], pp. 735-738. Disponible en: <http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0378-18442005001200003&lng=es&nrm=iso>.
- Brito, J; Laaser, W; Toloza, E (2013) El uso de redes sociales por parte de las universidades a nivel institucional. Un estudio comparativo. *RED. Revista de Educación a distancia*. <http://www.um.es/ead/red/32>. Disponible en: http://www.um.es/ead/red/32/laaser_et_al.pdf. Consultado marzo 2016.
- Burgueño, P (2009) Clasificación de Redes Sociales. Disponible en <http://www.pabloburgueno.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>. Consultado marzo 2016.
- De Moya, F; Gros, B (2010) Indicadores bibliométricos de la actividad científica de Catalunya. Editorial UOC. España
- Figueredo, I (2010) Diseño de una estrategia para incrementar la participación de usuarios en los blogs de Universia Venezuela. Trabajo especial de grado. Universidad Monteavila. Caracas. Venezuela.
- Fonseca-Mora, M.C; Aguaded, I. (2014). Las revistas científicas como plataformas para publicar la investigación de excelencia en educación: estrategias para atracción de investigadores. *RELIEVE*, v. 20 (2), art. M3. DOI: [10.7203/relieve.20.2.4274](https://doi.org/10.7203/relieve.20.2.4274)
- García, G (2011) Los rankings en la Educación Superior: El caso de México. Documento de Trabalho nº94 Série especial, de autores convidados, sobre a Educação Superior na América Latina. Disponible en: http://www.observatoriouniversitario.org.br/documentos_de_trabalho/documentos_de_trabalho_94.pdf. Consultado marzo 2016.
- Giménez, E; Jiménez, E (2013) Los agujeros negros de la comunicación: Comunicación científica y metainvestigación. *Comunicar*, 41, 10-13. (DOI: [10.3916/C41-2013-a2](https://doi.org/10.3916/C41-2013-a2)).
- Lee, I (2014) Publish or perish: The myth and reality of academic publishing. *Language Teaching*, 47, 250-261. DOI: [10.1017/S0261444811000504](https://doi.org/10.1017/S0261444811000504)
- Leite, D (2008). Ameaças pós-rankings. Sobrevivência das CPAS e da Auto-avaliação. *Avaliação*, Campinas ; Sorocaba, SP, v. 13, n 3, p. 833-840, nov. Disponible en: <<http://www.scielo.br/pdf/aval/v13n3/13.pdf>>. Consultado: marzo 2016.
- Owyang, J (2009) Future of the social web. Recuperado de <http://www.web-strategist.com/blog/2009/04/27/future-of-the-social-web/>. Consultado el 08/08/2015
- Pasquini, L (2012). Facebook for learning communities. Recuperado de <http://techknowtools.wordpress.com/2012/06/14/facebook-for-learning-communities-groups-vs-pages/>. Consultado el 10/08/2015.

- Rioseco, J; Almeida, A. (2009). Las claves de un sistema complejo. *América Economía*, n.42.p.28-46,oct. Disponible en: <<http://rankings.americaeconomia.com/pregrado-chile/#>>. Consultado: Marzo 2016.
- Romero, M; Acosta, L; Tejada, M (2013) Ranking de revistas científicas en Latinoamérica mediante el índice *h*: estudio de caso Colombia. *Revista Española de Documentación Científica*, 36(1):e003. doi:<http://dx.doi.org/10.3989/redc.2013.1.876>
- Sánchez, N (2007) Aproximación al análisis del dominio Higiene y Epidemiología en Cuba a través de la producción científica de una revista especializada. *Rev Cubana Hig Epidemiol* [online]. 2007, vol.45, n.1 [citado 2016-03-22], pp. 0-0. Disponible en: <http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1561-30032007000100005&lng=es&nrm=iso>.
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002). Bases de la Investigación Cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la Teoría Fundamentada. Antioquia: Universidad de Antioquia, Colombia.
- Zamora, M (2006) (2006). Redes sociales en Internet. Disponible en <http://www.maestrosdelWeb.com/editorial/redessociales>. Consultado marzo 2016.