

Ciencia 2.0: visibilizar la investigación en la era digital

Expertos comparten claves y datos de contexto sobre cómo mejorar la visibilidad y el impacto de publicaciones científicas a través de la buena gestión de redes sociales académicas.

Paula Andrea Colorado Chávez

Colaboradora



La Universidad EAFIT ha hecho un esfuerzo por gestionar una estrategia multimodal que permite tanto a sus investigadores, como a la comunidad científica en general, acceder en tiempo real a datos e información sobre los principales resultados de la investigación institucional.

¿Cómo generar mayor impacto en términos de producción científica? Esa es una de las preguntas a las que se enfrentan los investigadores interesados en visibilizar sus artículos académicos, luego de identificar y publicar en la revista adecuada. Y es que publicar es solo el inicio del proceso si lo que se quiere lograr es difusión y reconocimiento que, incluso, pueda traducirse más adelante en mayor número de citas.

Para Óscar William Caicedo Alarcón, docente y editor de la Escuela de Economía y Finanzas de la Universidad EAFIT, luego de la publicación de un artículo el investigador debería pensar en el impacto que quiere lograr y, en este sentido, valerse de la comunicación digital para mostrarle a la sociedad su trabajo y contribuir para que el conocimiento avance.

El editor explica que con la llegada de la ciencia 2.0, donde los investigadores entran en un contexto digital y conectado, no solo surgen conceptos como presencia, marca e identidad digital aplicada a la investigación, sino que aparecen redes sociales de corte científico y académico que contribuyen a mejorar la visibilidad.

En la actualidad, agrega el docente, investigadores y revistas tienen sus perfiles en redes sociales académicas: están conectados y se les puede exponer el trabajo para lograr una circulación mucho más amplia de la producción y de lo que escriben.

Sin embargo, en términos de visibilidad en entornos digitales, los investigadores se enfrentan a ba-

Shutterstock

rreras de contexto e institucionales, anota Mario Ríos Ospina, gerente sénior de Soluciones de Investigación para Elsevier Research Intelligence.

La primera barrera tiene que ver con cómo se evalúa la visibilidad en términos de políticas públicas y con las tendencias de evaluación en el ámbito internacional. La segunda se refiere a la estrategia que tenga la institución y si esta es divulgada, evaluada y tiene un marco de identificadores definidos.

“El mayor problema es que el investigador a veces no conoce las barreras y viene de un modelo de trabajo tradicional –incluso desde antes de que existieran recursos y plataformas electrónicas–, donde él se preocupaba por conseguir la revista y el medio impreso”, apunta Mario Ríos.

La Universidad EAFIT, alineada con estas nuevas tendencias, ha hecho un esfuerzo por gestionar una estrategia multimodal que permite tanto a sus investigadores, como a la comunidad científica en general, acceder en tiempo real a datos e información sobre los principales resultados de la investigación institucional de manera atractiva, dinámica y actualizada.

Catalina López Otálvaro, coordinadora de Inves-

tigación Formativa y Divulgación, señala que a partir de los datos disponibles en la Plataforma Pi –para la gestión de la producción científica de los investigadores– se despliegan acciones que van desde la administración de datos hasta el acompañamiento en el proceso de divulgación de la producción. Todo con el fin de mejorar las posibilidades de citación y de vínculos académicos.

Entre los beneficios que ofrece la Plataforma Pi a los investigadores, se destaca la posibilidad de alimentar su perfil institucional con la información disponible en Orcid –un código alfanumérico para identificar a cada investigador de otros autores académicos–, así como hacer seguimiento al impacto de la producción, a través de Altmetrics y PlumX, indicadores y herramienta, respectivamente, para analizar y medir la visibilidad y el impacto de la actividad social y académica de la investigación por parte de individuos y organizaciones.

Las métricas son importantes para identificar cuál es el impacto que tienen las investigaciones más allá de las citas, por ejemplo, a quién llega, cómo, dónde y de qué manera se leen, resalta Óscar Caicedo.

10 claves para ganar visibilidad

Fuente: Óscar William Caicedo Alarcón

¿Por dónde empezar?

1. Insértese en el mundo digital

Las plataformas digitales no son solo para los investigadores jóvenes, pues los sénior son quienes más generan contenido y tienen mucha más producción para compartir.

2. Recoja la obra

Defina la producción investigativa para compartir y luego identifique cuáles son las herramientas idóneas para la difusión. Este proceso puede ser apoyado por los asistentes de investigación.

3. Identifique la comunidad académica

Es importante que haga un diagnóstico sobre dónde se mueve el público al que le debe llegar de manera efectiva. Incluso, a través de redes sociales tradicionales.



Con la llegada de la ciencia 2.0, aparecen redes sociales de corte científico y académico que contribuyen a mejorar la visibilidad.

Shutterstock

¿En qué redes debe tener presencia?

4. Cree un perfil en Google Scholar citation

Esta plataforma contribuye a la visibilidad de investigadores, de instituciones y de campos específicos. Además, permite tener datos y control sobre cómo la producción académica empieza a impactar a comunidades científicas en el ámbito nacional e internacional.

5. Cree un perfil en Orcid

Esta representa la hoja de vida digital de cada investigador. Es un perfil académico que permite compartir formación y lugar de trabajo, libros, capítulos de libro, ponencias, presentaciones (en diferentes formatos), entre otros. En la actualidad, muchas revistas solicitan el código Orcid cuando se envía un artículo para publicar.

6. Cree un perfil en ResearchGate

En esta red es importante tener en cuenta qué tipo de artículos se deben publicar para no tener problemas relacionados con derechos de autor, principalmente con revistas que no tengan Acceso Abierto. Permite publicar *working papers* o herramientas de trabajo.



Las métricas son importantes para identificar cuál es el impacto que tienen las investigaciones más allá de las citas.

Shutterstock

¿Qué debe tener en cuenta luego de la creación de perfiles?

7. Gestione los perfiles creados y conéctelos

Las redes no son un tablero, son herramientas para discutir y generar comunidad académica. Por eso, es importante que tenga la información y los contenidos actualizados. Los perfiles siempre deben articularse en la misma estrategia, deben tener foto y deben crearse con correos institucionales.

¿Qué contenidos publicar sin infringir derechos de autor?

8. Utilice Sherpa/Romeo

Esta herramienta permite revisar temas relacionados con derechos de autor y acceso abierto para identificar qué tipos de contenido de la producción académica del investigador se pueden publicar en redes.

¿Cómo determinar el impacto de la gestión de redes?

9. Siga perfiles de académicos y revistas

Tanto en redes sociales académicas como tradicionales, esto permite identificar qué discusiones se dan en relación con temas puntuales de interés y si hay citas relacionadas con las publicaciones del investigador.

10. Mida

Toda la presencia digital es medible. Para esto, hay herramientas como Altmetrics (que permite identificar menciones) y como PlumX (para medir el impacto de repositorios y plataformas digitales).

“Aportar trabajo e información de utilidad es la mejor publicidad”

Entrevista a Rafael Repiso Caballero, profesor de la Universidad Internacional de la Rioja, socio de EC3metrics, *spin off* de la Universidad de Granada, y editor asociado de la revista *Comunicar*.

¿Qué importancia tiene la presencia en redes sociales académicas?

Hace más de 10 años se considera que la versión virtual de las revistas es la fuente primaria, y la impresa, si existe, ha pasado a un segundo lugar. Gracias a mi presencia activa en redes como Twitter, Facebook o Researchgate estoy muy relacionado con colegas de mi institución y hemos sustituido la cafetería por el muro de Facebook. A través de las redes sociales virtuales he conocido colegas con los que después he trabajado. Además, me permiten mantener el vínculo con alumnos que ya son egresados.

¿Cómo aprovecharlas?

Ser generoso, respetuoso y aportar trabajo e información de utilidad es la mejor publicidad que puede hacer un académico o una institución.

¿Cómo traducir la visibilidad en términos de impacto?

Además de las citas, otras de las repercusiones visibles de la calidad de un trabajo son, por ejemplo, cuando llaman a los autores para hablar sobre la temática de su experticia, les ofrecen docencia especializada, el artículo es compartido en redes sociales o, incluso, los trabajos con un componente didáctico son referenciados en asignaturas de pregrados y posgrados. Sin embargo, para que alguien lo valore se debe dar a conocer y es ahí donde entra en juego la visibilidad en internet y la difusión que le dan revistas y editoriales a los trabajos que imprimen.

¿Cómo está Iberoamérica en este tema?

Todavía no tenemos claro el modelo de comunicación científica que queremos. Parece que hay una demanda por el Acceso Abierto, pero no se han resuelto aspectos más allá de que debe ser gratuito. Por ende, de momento, no es claro quién pagará los procesos editoriales y si estos tendrán la misma calidad que los de las editoriales comerciales tradicionales.

Hasta ahora poco o nada se ha hecho comparable con los proyectos anglosajones para visibilizar la ciencia. Sin embargo, cada vez hay más investigadores iberoamericanos que publican en las mejores revistas, normalmente mediante colaboraciones internacionales, y se comienza a vislumbrar que no es un problema de recursos humanos, sino de inversión educativa y editorial.