

RESEÑAS DE INFORMES: Comunicación científica, edición y fuentes de información

Los medios sociales en la comunicación científica

Natalia Arroyo-Vázquez

Universidad de Navarra. Biblioteca
natalia.arroyo@gmail.com

Arroyo-Vázquez, Natalia (2018). "Los medios sociales en la comunicación científica". *Anuario ThinkEPI*, v. 12, pp. 326-327.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2018.49>

Publicado en *Blok de BiD* el 8 de febrero de 2017



La conversación se ha trasladado a los medios sociales, también en el ámbito de la comunicación científica. En los últimos años, se viene analizando cómo los investigadores utilizan los medios sociales y cómo difunden los resultados de investigación y se han introducido las métricas

alternativas, que más bien parecen complementarias. Un estudio del *Canada Research Chair on the Transformations of Scholarly Communication*, de la *Université de Montreal*, comisionado por el *Social Sciences and Humanities Research Council (SSHRC)*, aporta un amplio estado de la cuestión sobre el tema que resulta muy útil para conocer los diferentes puntos de vista abordados en la bibliografía. Además, este trabajo incluye un análisis del uso de *Twitter* por parte de los receptores de los premios doctorales del *SSHRC*.

A la luz del citado estudio, una de las primeras cuestiones que preocupan es para qué utilizar los medios sociales en investigación. La respuesta tiene cuatro ángulos:

- para estar conectados;
- debatir ideas y comunicarse con otros colegas;
- difundir los resultados de investigación;
- como vía para descubrir el trabajo de otros colegas.

Los investigadores no sólo emplean con estos fines las redes sociales académicas, como *ResearchGate* o *Academia.edu*, sino también las más generalistas, como *Twitter*, *Facebook*, *Wikipedia* o los blogs. Estas últimas son idóneas para llegar a

una audiencia ajena a lo académico, mientras que las primeras actúan como carta de presentación y constituyen una forma de establecer contacto con otros colegas. En el estudio también se mencionan los gestores de referencias, como *Mendeley* o *Zotero*, como fuente de datos para conocer el uso de la investigación.

Sin embargo, el uso de medios sociales en investigación se enfrenta con algunas barreras que este estudio detalla.

En primer lugar, no todos los investigadores están en los medios sociales y quienes sí están, en ocasiones adoptan un rol pasivo, algo que es habitual en los medios más especializados, como *Academia.edu*, *ResearchGate* o *LinkedIn*. Esta pasividad se traduce en acciones invisibles que no se pueden medir.

Por otra parte, el *paper* sigue siendo la principal forma de comunicación científica y los incentivos hacia la publicación en medios sociales son prácticamente inexistentes. En este sentido, el estudio insta a las agencias de financiación a que reconozcan nuevas formas de comunicación, como los *posts* en blogs, los *review reports* o compartir *datasets* y código de *software*, y fomenten su uso de forma activa. Un ejemplo de ello es la *US National Foundation*, que ha dado un paso reconociendo los "productos" de investigación en lugar de las publicaciones. También el *Wellcome Trust* ha explorado las oportunidades de las métricas de redes sociales, que podrían ser, para los jóvenes investigadores con menos citas, una manera alternativa de valorar su impacto.

"Las redes sociales generalistas son idóneas para llegar a una audiencia ajena a lo académico"

En este sentido, algunas de las medidas que podrían tomar los organismos de financiación son las siguientes:

- crear guías de buenas prácticas que sirvan de orientación a los investigadores;
- difundir la investigación que producen en sus propios perfiles en medios sociales, como parte de su estrategia de comunicación;
- ayudar a los investigadores a conectar con otros
- instruir a los investigadores sobre las métricas.

A modo de ejemplo, el estudio recuerda que el enlace que debe incluirse en cada tuit o publicación es el correspondiente al doi, para asegurarse de que sea contabilizado. Esto resulta especialmente problemático en ciencias sociales y humanidades, donde un tercio de los artículos indexados en la *Web of science* no tiene doi.

“Las redes sociales académicas actúan como carta de presentación y constituyen una forma de establecer contacto con otros colegas”

Los trabajos publicados hasta el momento reflejan la ausencia de correlación entre los datos procedentes de medios sociales y las citas, de manera que las alométricas deben considerarse como un complemento, no un predictor o una manera de reemplazarlos, como se explica en este trabajo. Por otra parte, las publicaciones sobre el tema reflejan sesgos y limitaciones de las métricas derivadas de la actividad en medios sociales, por lo que es necesario seguir investigando sobre si estos datos pueden ser empleados por parte de los organismos de financiación.

Al leer este estudio he tenido la impresión de que, en algunas ocasiones, se están proyectando expectativas demasiado altas al respecto en los medios sociales. Si algo han demostrado hasta el momento es que son un medio de comunicación y que, como tal, importa mucho cómo se cuentan las cosas, pero también el público al que se quiere llegar. En mi opinión, en el entorno de la comunicación científica se abre, por lo tanto, un espacio complementario en el que rigen las reglas del *inbound marketing* o *marketing* de atracción, donde se intenta atraer al usuario a los contenidos propios. En este esquema, el *paper* sigue siendo el punto hacia el que trasladar a los lectores y el objetivo claro es que el mayor número de personas conozcan los resultados de investigación. Si perdemos de vista esta perspectiva corremos el riesgo de que todo se quede en una burbuja.

Work, Samantha; Haustein, Stefanie; Bowman, Timothy D.; Larivière, Vincent (2015). *Social media in scholarly communication: a review of the literature and empirical analysis of Twitter use by SSHRC Doctoral Award recipients*. [Montreal]: Canada Research Chair on the Transformations of Scholarly Communication. University of Montreal. 87 p.
http://crctcs.openum.ca/files/sites/60/2015/12/SSHRC_SocialMediaInScholarlyCommunication.pdf

Nota original completa en *Blok de BiD*:
<http://www.ub.edu/blokdebid/es/node/761>

* * *

Wikipedia, educación e información científica

Jesús Tramullas

Universidad de Zaragoza
 Departamento de Ciencias de la Documentación
tramullas@unizar.es

Tramullas, Jesús (2018). "Wikipedia, educación e información científica". *Anuario ThinkEPI*, v. 12, pp. 327-329.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2018.50>

Publicado en *Blok de BiD* el 22 de marzo de 2017



Wikipedia desempeña desde hace una década el papel de enciclopedia de referencia obligada. La facilidad de acceso y consulta la han convertido en la principal fuente de información referencial para la mayoría de los usuarios de internet.

Como no podía ser menos, su contenido (más bien la calidad del mismo) ha sido objeto de discusión desde su inicio, aunque progresivamente la madurez de la comunidad editora, la consolidación del modelo colaborativo y la implicación de diferentes actores científicos, educativos y culturales, han hecho que las posiciones vayan cambiando hacia una consideración de la enciclopedia como una herramienta educativa y de comunicación de primer orden. *Wikipedia* es un producto colaborativo que refleja, guste o no, las pautas y patrones socioculturales de la comunidad que la crea, utiliza y transforma.

Fruto de este interés creciente ha sido la publicación en 2016, y con el patrocinio de la *Fecyt*, de un breve texto introductorio sobre las posibilidades de *Wikipedia* en la comunicación y educación científica, que ha sido redactado por el equipo de investigadores de la *UOC* que previamente había llevado a cabo el proyecto *Wiki4he* (*Wiki For Higher Education*).
<http://oer.uoc.edu/wiki4HE>

El texto se estructura en siete secciones. La primera de ellas realiza una introducción sucinta a qué es *Wikipedia*, cuáles son sus posibilidades y potencial en lo que respecta a canal de comunicación de la ciencia, y una muy breve, por mor de ser un texto introductorio, a la idea de calidad en *Wikipedia*.

La segunda sección realiza una exposición básica del funcionamiento y estructura de *Wikipedia*,