

# Comunicación científica: uso de las redes sociales en las revistas científicas

Scientific communication: use of social networks in scientific journals

*Alina Viera Savigne*

*Instituto de Información Científico y Tecnológica, Cuba*

aviera@idict.cu

 <https://orcid.org/0000-0003-4019-4041>

*Lisette Guzmán Gamboa*

*Instituto de Información Científico y Tecnológica, Cuba*

lisette.guzman@idict.cu

 <https://orcid.org/0000-0002-3267-7484>

*Neibis Concepción Lorenzo Marquette*

*Instituto de Información Científico y Tecnológica, Cuba*

neibis.lorenzo@idict.cu

 <https://orcid.org/0000-0003-3375-7600>

## Resumen

La aparición de la *web 2.0* y las redes sociales ha modificado las formas de comunicación científica a través de las revistas científicas. Su uso genera beneficios y posibilita el acercamiento, intercambio y debate con los públicos especializados y no especializados. La presente investigación tiene como objetivo realizar una revisión bibliográfica de los aspectos teóricos-prácticos relacionados con el uso de las redes sociales por las revistas científicas. Es un estudio descriptivo con un análisis bibliográfico y documental. Como resultado principal se pudieron constatar diferentes aspectos como: beneficios del uso de estos canales, indicadores para la analítica, redes sociales más usadas para disseminar sus artículos y comunicarse con los autores y lectores, entre otras. Se concluye, que las revistas científicas que han implementado estrategias de comunicación, incluyendo el uso de las redes sociales generalistas, académicas y profesionales, muestran resultados satisfactorios.

**Palabras clave:** Comunicación científica, Redes sociales, Revistas científicas, Visibilidad, Web 2.0.

## Abstract

The emergence of web 2.0 and social networks has modified the forms of scientific communication through scientific journals. Their use generates benefits and enables rapprochement, exchange and debate with specialized and non-specialized audiences. The present research aims to conduct a literature review of the theoretical-conceptual aspects related to the use of social networks by scientific journals. It is a descriptive study with a bibliographic and documentary analysis. As a main result, it was possible to verify different aspects such as: benefits of the use of these channels, indicators for analytics, social networks most used to disseminate their articles and communicate with authors and readers, among others. It is concluded that scientific journals that have implemented communication strategies, including the use of general, academic and professional social networks, show satisfactory results.

**Keywords:** Scientific communication, Social networks, Scientific journals, Visibility, Web 2.0.

Recepción: 02 Julio 2023 | Aceptación: 30 Mayo 2024 | Publicación: 01 Octubre 2024

**Cita sugerida:** Viera Savigne, A., Guzmán Gamboa, L. y Lorenzo Marquette, N. C. (2024). Comunicación científica: uso de las redes sociales en las revistas científicas. *Palabra Clave (La Plata)*, 14(1), e236. <https://doi.org/10.24215/18539912e236>



## 1. Introducción

Las revistas científicas constituyen uno de los principales canales de comunicación y difusión de los resultados de investigación. López-Hung, Lao-León y Batista-Matamoros (2022) señalan que son uno de los productos más valorados por las instituciones educativas del nivel superior, ya que constituyen el canal de comunicación de la ciencia y validan el conocimiento científico.

En el empeño de fortalecer y aumentar la visibilidad para poder destacarse dentro de las múltiples posibilidades existentes, muchas publicaciones científicas utilizan uno de los medios de comunicación más empleados por los internautas a nivel mundial: las redes sociales (RRSS).

Para obtener mayor visibilidad se precisa de las posibilidades que ofrecen las tecnologías de la web 2.0 y las redes sociales, porque aumentan el rango de difusión de una publicación a un entorno mundial (Arroyo-Vázquez, 2007). De esta manera, las RRSS han transformado los modelos de comunicación y la forma de relacionarse entre las personas. En el caso de las revistas científicas, la presencia de las RRSS genera cambios en las formas de trabajar e interactuar con los autores y los lectores (Martínez-Guerrero, 2017), facilitan el acercamiento y debates con los públicos internautas.

Dentro de las ventajas que trae el uso de las RRSS en las publicaciones periódicas se encuentran: la visibilidad de las publicaciones y los resultados de investigación, aumento del impacto, dinamización de la comunidad científica, múltiples métricas, mayor tráfico y, por extensión, repercuten con un alza en los índices de visitas (Herrero-Gutiérrez, Álvarez-Nobell & López-Ornelas 2011). En consecuencia con lo anterior, los editores de las revistas científicas utilizan estos canales alternativos para promocionar sus publicaciones y aumentar la visibilidad de sus resultados de investigación. El uso de las RRSS permite explorar otra forma de llegar al público en general y no solo al especializado.

En este contexto, la presente investigación parte del interés de comprender el uso y adopción que las revistas científicas hacen de las RRSS, teniendo en cuenta los estudios realizados sobre el tema a nivel internacional y nacional. En consideración con lo anterior, se persigue como objetivo realizar una revisión de los aspectos teóricos y prácticos relacionados con el uso de las RRSS por las revistas científicas. La actualidad e importancia del estudio reside en el interés que ocupa a los editores y entidades editoriales el uso de estas plataformas digitales con el fin de facilitar la comunicación y difusión de los resultados de la investigación a un público más amplio.

### 1.1 Tipología de las redes sociales y su impacto en las revistas científicas

La *web 2.0* o *web social* ha evolucionado hacia una nueva filosofía, creando un paradigma de socialización digital con la libre publicación de información y la reelaboración constante de contenidos, en la cual los usuarios de Internet adoptan un papel activo en la generación y difusión de información, cambiando el paradigma de los medios tradicionales de comunicación (O'Reilly, 2005).

El grupo de trabajo de Red de Bibliotecas Universitarias (REBIUN) españolas señala que la *web 2.0* se identifica por el empleo de tecnologías abiertas, tanto desde el punto de vista de la arquitectura de la información, como de la interconexión de servicios y, sobre todo, del trabajo colectivo que se realiza de forma telemática, colaborativa y desinteresada (REBIUN, 2010). Por su parte, Ribes Guárdia (2007, p. 2) la describe como:

aquellas utilidades y servicios de internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios del servicio, ya sea en su contenido (añadiendo, cambiando o borrando información o asociando datos a la información existente), en la forma de presentarlos, o en contenido y forma simultáneamente.

Esta definición resalta al usuario como agente modificador del servicio, al igual que Martínez (2010) que define la *web 2.0* principalmente como una tecnología de la información y la comunicación, pero su potencial es significativamente social, gracias al papel preponderante conferido al usuario en la construcción colectiva de conocimiento.

De acuerdo con lo anterior, se evidencia que la interacción es el punto clave para que estos medios pasen de ser tradicionales a sociales. Dentro de los desarrollos más innovadores de *web 2.0* se destacan las RRSS.

Las plataformas sociales, entre ellas las RRSS, ostentan el objetivo de vincular y conectar personas o comunidades con intereses y gustos en común generando interacción y amistades. A propósito, Henao-Posada (2013) y Baró-Guerra (2017), definen lo que es una red social a partir del surgimiento y evolución de la propia red. De una forma u otra, todos apuntan a aspectos como: espacio virtual, interacción, relación, compartir con actores (ciudadanos individuales o colectivos), un lugar de encuentro para miles de usuarios con intereses comunes donde se establecen relaciones sociales.

Actualmente, las RRSS han alcanzado a millones de personas en todo el mundo, donde la proliferación de Internet y sus posibilidades de acceso de forma inalámbrica en gran parte del mundo han influido, en buena medida, al aumento de la interacción virtual (Herrero-Gutiérrez *et al.*, 2011).

La tipología de las RRSS es muy variada, Borrás-Gené (2015) señala que se pueden encontrar diferentes tipificaciones y al mismo tiempo tener en cuenta que, se hace cada vez más compleja su clasificación, pues cada una de ellas va adquiriendo rasgos, tareas y opciones que las incluyen en una o más categorías. Celaya (2011) las clasifica en tres grandes grupos: 1. Redes generalistas o de contacto, 2. Redes profesionales y 3. Redes especializadas.

Castañeda & Gutiérrez Porlán (2010) refieren que las RRSS generalistas, o de contacto, son aquellas en las que la finalidad principal para la que han sido creadas es la de facilitar la comunicación entre diferentes individuos. Lo cual coincide con Hutt (2012) quien señala que están enfocadas en la creación de perfiles, basados en la generación de contactos, con el fin de relacionarse con personas cercanas y no tan cercanas, para comunicarse, o bien para compartir música, videos, fotografías e información personal. Dentro de las RRSS generalistas más destacadas están: *Facebook*, *Twitter*,<sup>1</sup>*Instagram* y *Youtube*, las cuales Igartua, Ortega-Mohedano & Arcila-Calderón (2020) señalan que son espacios ideales para informarse y así conocer los principales hechos científicos del mundo.

En el caso de *Facebook* y *Twitter*, han adquirido popularidad a nivel mundial, se caracterizan por tener un incremento en el ritmo de crecimiento marcado por la generación de contactos. En el sitio *web* de análisis de tráfico *Web StatCounter GlobalStats*, se observa en la estadística desde mayo 2021 a mayo 2023, se mantienen en los dos primeros lugares dentro de la lista de RRSS más utilizadas a nivel mundial.

Orizaola & Valdés (2015) consideran que *Facebook* y *Twitter* son medios efectivos para la difusión de la actividad científica, no solo en el ámbito profesional también en el divulgativo frente audiencias sin formación científica. Para Fainholc (2016) *Twitter* una herramienta democrática, ya que se encuentra al alcance de prácticamente todos aquellos que quieran intercambiar datos e información breve.

En el caso de *Instagram*, que se encuentra en tercer lugar en las estadísticas de uso a nivel mundial a pesar de su constante crecimiento, no ha sido usada mayormente para fines de comunicación científica como revelan los estudios de Alcolea-Parra *et al.* (2020), no obstante debido a las características audiovisuales y dinamismo para la entrega de mensaje puede considerarse como una de las favoritas para la divulgación (Barashkova, Vorob'Ev, Shavaev, & Zapolskaya., 2019).

Las RRSS profesionales se caracterizan por poner en contacto a profesionales de todos los ámbitos de trabajo, facilitando a los usuarios el desarrollo de una amplia lista de contactos que sirva tanto para intercambios comerciales como para interacción y búsqueda de oportunidades entre las personas desde un punto de vista laboral (Castañeda & Gutiérrez Porlán, 2010). Según Fumero Reverón & García Hervas (2008), los servicios para la gestión de contactos profesionales nacen para soportar el *networking* en un entorno

corporativo y/o como una herramienta para la gestión de la carrera laboral; de hecho, algunos se han convertido en aliados naturales para las empresas de reclutamiento y búsqueda de ejecutivos. Una de las más relevantes es *LinkedIn*: red social orientada a las empresas, los negocios y el empleo.

Finalmente, las RRSS especializadas ofrecen a los usuarios y empresas un entorno específico para desarrollar actividades de todo tipo, tanto profesionales como personales en torno a sus perfiles (Fernández Burgueño, 2009).

Existen otras que son una opción para los investigadores y académicos. Las denominadas RRSS académicas o también llamadas RRSS digitales científicas que se pueden definir como: “plataformas de comunicación en red que posibilitan a los investigadores crear y dar a conocer un perfil académico y profesional. Este perfil es la puerta de acceso para difundir investigaciones y consultar online y/o descargar referencias y otras producciones científicas” (González-Díaz, Iglesias-García & Codina, 2015, p. 641). Como ejemplos de estas redes se destacan *ResearchGate*, *Academia* y *Mendeley*. La última, a pesar de ser un fuerte gestor de referencias bibliográficas, también funciona como una potente red social académica, a través de su versión *web* se puede crear grupos públicos y privados, intercambiar y compartir publicaciones (Flores-Vivar & Zaharías, 2019), contribuyendo al desarrollo de la sociedad del conocimiento.

En el caso de los directorios y repositorios de revistas, a pesar de que difundir las publicaciones de los investigadores en acceso abierto, no son consideradas RRSS (Martínez-Galindo, 2020), ya que su objetivo principal es asegurar la disponibilidad y preservación de los resultados científicos. La decisión de las entidades de editoras de las revistas científicas de crear perfiles en las RRSS está promovida por el objetivo de difundir el conocimiento y construirlo de manera colaborativa (Ollé & López-Borrull, 2017).

La comunicación científica permite visualizar los resultados de investigación, intercambiar ideas e información, transmitir y difundir el conocimiento. Medina-Borges (2017) plantea que es el conjunto de procesos de presentación, transmisión e intercambio de información científica en la sociedad humana y constituye el mecanismo principal de existencia y desarrollo de la ciencia. Con relación al objetivo de la comunicación científica Kircz (1997) apunta que es el “registro, evaluación, diseminación y acumulación de conocimientos, hechos y percepciones humanas”.

Cuando los científicos publican los resultados de sus investigaciones en revistas científicas, o los dan a conocer en reuniones o congresos. Esto se refiere al proceso de comunicación de conocimiento científico entre pares (Ruiz, 2016). En cambio, la divulgación científica consiste en la comunicación de la información científica por un conjunto de actores, entre los que se incluyen científicos, filósofos o periodistas, la sociedad y el público, mediante un lenguaje sencillo, comprensible por la generalidad (Ruiz, 2016). Esta concepción va más allá de la concepción exclusiva del saber científico propio de los investigadores, para unirse a un concepto contextualizado con la vida de gente (Martínez-Guerrero, 2017), donde se establecen códigos en el lenguaje sin tecnicismo.

Para comunicar la ciencia los investigadores utilizan vías o canales, que pueden ser formales e informales (Borgman, 1989). Los canales formales están representados por la presentación escrita en artículos científicos, libros, memorias, tesis doctorales, entre otras y suelen estar disponible durante largos períodos para un amplio público.

Los canales informales están representados por la presentación oral como: conferencias, mesas redondas, congresos entre otras, las cuales tienen la característica de ser transitorias y para un público limitado. Ruiz (2016) señala que permiten una interacción más inmediata entre el emisor y el receptor lo que facilita el flujo continuo de la información.

El desarrollo de las tecnologías de la información ha aportado cambios importantes al sistema de comunicación científica. En el caso de la comunicación formal están las revistas electrónicas, los libros electrónicos, *e-prints* y *pre-prints*. En los informales se encuentran: grupo de noticias, foros electrónicos y las RRSS.

Pero sin duda alguna, la expresión dominante para la comunicación científica, tal como lo considera Castillo-Esparcia (2012), son las publicaciones científicas. Para Miguel & Felquer (2011) constituyen uno de los principales canales de comunicación y difusión de los resultados de investigación y de institucionalización social de la ciencia en la mayoría de los campos del conocimiento. Lo cual coincide con López-Hung *et al.* (2022), quienes señalan que son uno de los productos más valorados por las instituciones educativas de nivel superior, ya que constituyen un canal de comunicación de las ciencias, que validan el conocimiento científico. También son consideradas parte fundamental de la nueva sociedad del conocimiento (Cueva-Estrada, Sumba Nacipucha, Meleán Romero, Artigas Morales, Cueva Ortiz, & Plaza Quimis, 2023).

En este sentido, muchas revistas científicas en su afán de divulgación y difusión de contenido vinculan sus plataformas con las RRSS, buscando una vía alternativa para alcanzar visibilidad y llegar a más lectores. González-Vegas (2010) señala que la visibilidad es la posibilidad de que los artículos publicados en una revista sean hallados y leídos en un contexto tanto nacional como internacional.

El uso de las RRSS por las revistas científicas (RC) posibilita el acercamiento, intercambio y debate con los públicos objetivo, que varían según el perfil de cada lector (catedráticos, revisores, estudiantes de grado o posgrado, investigadores en general) y que las RC deben indagar a través de la realización de estudios de mercado dirigidos hacia ese público objetivo (López-Hung *et al.*, 2022).

Arroyo-Vázquez (2007) sostiene que las RRSS proporcionan visibilidad a quienes se integran activamente a ellas. En el caso de las publicaciones periódicas; por ejemplo, estas producen mayor tráfico y, por extensión, repercuten con un alza en los índices de visitas (Herrero-Gutiérrez *et al.*, 2011). Por su parte, Torres-Salinas & López-Cózar (2009), señalan que estos canales alternativos de comunicación fortalecen el acceso a la producción científica por parte de un público más amplio y diversificado.

En contraste con lo anterior, las revistas científicas desarrollan estrategias comunicativas como: incluir enlaces a las RRSS en la página principal de la revista, añadir la posibilidad de comentarios en los artículos para crear *feedback*, difundir el contenido a través de *Really Syndication*, añadir imágenes o videos para generar dinamicidad y engagement (Perea-Valero, 2014). En cuanto a los contenidos se debe incluir información que permita atraer a nuevos lectores e investigadores para mantener la expectativa y fidelidad.

## 2. Metodología

Este estudio forma parte de una investigación más amplia, en la que se analiza el uso de *Facebook* y *Twitter* por las revistas científicas cubanas indizadas en *Scientific Electronic Library Online* (SciELO). Para establecer los antecedentes y construir el marco teórico contextual que lo sustenta se realizó un estudio descriptivo de corte transversal en el período que cubriera las publicaciones de enero del 2012 hasta enero del 2023, empleando métodos de carácter teórico como el histórico lógico y el inductivo deductivo y de carácter empírico como el análisis documental.

Para la estrategia de búsqueda de información se seleccionaron términos entre los que estuvieron: RRSS, revistas científicas, uso o empleo de RRSS y divulgación científica en las RRSS. La búsqueda se realizó, primeramente, en la base de datos *Google académico* para obtener una idea general de los conceptos y definiciones del tema. La búsqueda especializada se enmarcó en las bases de datos regionales e internacionales en acceso abierto.

Los sistemas de información consultados para obtener información fueron Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (RedAlyC), SciELO regional, Dialnet, *Library and Information Science (E-prints)* y repositorios de tesis regionales. Dentro de los registros obtenidos se destacó la presencia de artículos de revistas científicas y tesis de grado. Se obtuvieron un total de 50 resultados relacionados con los términos de búsquedas. De ellos, se decidió trabajar con nueve investigaciones por su actualidad y pertenencia de la información. Los estudios seleccionados abordan contenidos relacionados con la difusión comunicación científica y las RRSS en entidades de información. Estos estudios previos proporcionaron algunas ideas que permitieron comprender el estado del arte de la presencia en las RRSS de las revistas científicas.

### 3. Resultados y discusión

En el marco de esta investigación se han tomado en consideración algunos estudios relacionados con el uso de las RRSS para difusión científica. En la Tabla 1 se presenta los antecedentes utilizados.

**Tabla 1**  
Estudios previos relacionados con uso de las redes sociales para difusión científica

Autores	Estudios relacionados con el uso de las redes sociales
Martínez-Guerrero (2017)	Uso en las revistas científicas de la Universidad de los Andes, Venezuela. Dicha investigación ofrece un diagnóstico sobre la participación de <i>Facebook</i> , <i>Twitter</i> , <i>Youtube</i> y <i>LinkedIn</i> para la divulgación de conocimiento.
Sugimoto <i>et al.</i> (2017)	Dicha exploración consiste en una revisión teórica que proporciona una descripción extensa del estado del arte en el uso académico de las RRSS y <i>altmetrics</i> . La revisión termina con una discusión crítica de las implicaciones de esta transformación en el sistema de comunicación académica.
Alonso Galbán, Hernández Vidal & Alfonso Sánchez (2018)	Investigación sobre el empleo de las RRSS en el Sistema Nacional de Salud cubano. Expone los componentes de la estrategia desarrollada por el Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas, para la inserción de los contenidos <i>web</i> de la red Infomed en <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> y sus principales resultados hasta 2018.
Arcila-Calderón, Calderín-Cruz & Sánchez-Holgado (2019)	Investigan la adopción de RRSS por revistas científicas de ciencias sociales. Es una investigación basada en la Teoría unificada de aceptación y uso de tecnología.
Sánchez-Santamaría & Aliaga (2019)	Basaron su estudio en revistas científicas de educación en RRSS y científicas: presencia, frecuencia, tipo de información y usos. Se analiza la forma de actuación de revistas españolas de educación.
Zheng <i>et al.</i> (2019)	Dirigieron su estudio hacia la presencia de las revistas académicas en las RRSS. Se explora hasta qué punto las revistas que las utilizan, en particular <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> , difunden los resultados de sus investigaciones y se comunican con los lectores.
Gómez-González & Sosa Zaragoza (2020)	Trabajaron el tema de el uso de <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> en las bibliotecas universitarias de México: es un estudio comparativo. La investigación ofrece un panorama sobre el uso de RRSS en las bibliotecas universitarias de México.
Stable-Rodríguez & Álvarez Calderón (2021)	Investigación sobre el uso de la red social <i>Facebook</i> en las organizaciones de Ciencia, Tecnología e Innovación en Cuba. Analizaron el uso <i>Facebook</i> en 20 Entidades de Ciencia, Tecnología e Innovación desde febrero del año 2018 hasta mayo del año 2020.
Cueva-Estrada <i>et al.</i> (2023)	Describe las características del contenido compartido por parte de las revistas científicas del campo de la salud indexadas en Scielo España en la red social Facebook.

Fuente: elaboración propia.

Sobre la base de la revisión de las fuentes consultadas se encuentran investigaciones que abordan el uso de las RRSS desde diferentes organizaciones o entidades que difunden información científica como: bibliotecas (Gómez-González & Sosa Zaragoza, 2020), sector de la salud en Cuba (Alonso Galbán, Hernández Vidal & Alfonso Sánchez, 2018), organizaciones de Ciencia, Tecnología e Innovación en Cuba (Stable-Rodríguez & Álvarez Calderón, 2021), desde las revistas científicas y académicas (Martínez-Guerrero, 2017; Arcila-Calderón *et al.*, 2019; Sánchez-Santamaría & Aliaga, 2019 y Zheng *et al.*, 2019 y Cueva-Estrada *et al.*, 2023).

Se identifican estudios que resaltan el papel de las RRSS a partir de su incidencia positivas en su empleo para la difusión del conocimiento (Tabla 2).

**Tabla 2**  
Incidencias positivas en el uso de las redes sociales

<b>Autores</b>	<b>Incidencias positivas</b>
Martínez-Guerrero (2017); Zheng <i>et al.</i> (2019) y Cueva-Estrada <i>et al.</i> (2023)	Aumenta de la visibilidad de publicaciones y los resultados de las investigaciones, facilidades para la comunicación directa con los públicos y difusión de la información científica.
Zheng <i>et al.</i> (2019); Gómez-González & Sosa Zaragoza (2020); Cueva-Estrada <i>et al.</i> (2023)	Contribuye a la creación de la identidad digital, incide en el factor de impacto de las publicaciones y los resultados de investigación.
Alonso Galbán, Hernández Vidal & Alfonso Sánchez (2018) y Gómez-González & Sosa Zaragoza (2020)	Genera interacción con los públicos, permiten promover y posicionar los recursos digitales de forma intencionada.

Fuente: elaboración propia.

En el caso de las investigaciones desarrolladas desde la perspectiva de las revistas académicas sobresale el análisis de la presencia y uso de *Facebook* y *Twitter* (Martínez-Guerrero, 2017; Sánchez-Santamaría & Aliaga, 2019; Zheng *et al.*, 2019 y Cueva-Estrada *et al.*, 2023), *Youtube* y *LinkedIn* (Martínez-Guerrero, 2017), *Researchgate* y *Academia.edu* (Sánchez-Santamaría & Aliaga, 2019).

La selección de *Facebook* y *Twitter* para establecer su análisis, se le adjudica a la capacidad de apertura y penetración en una parte importante de la población (Zheng *et al.*, 2019). En otras palabras, Martínez-Guerrero (2017) le otorga gran importancia por la popularidad y la capacidad de llegar a todo tipo de lector, lo cual no sucede con las redes académicas que tiene un espectro más cerrado.

En cada uno de los antecedentes para la analítica de las RRSS se utilizan diferentes indicadores como: descripción del sitio, datos de contacto, foto de portada, año de creación del perfil, cantidad de suscriptores, cantidad y frecuencia de publicación, interacción con las publicaciones, enlaces a números de las revistas, enlaces a temas de interés afines a la política de la revista, información sobre indexaciones, convocatoria a autores, entre otros.

Estos indicadores están relacionados con la identidad digital, el nivel de actividad, tipo de contenido, formato, estrategias de comunicación e interacción con los usuarios (Tabla 3).

**Tabla 3**  
Indicadores para la analítica de las redes sociales

Autores	Indicadores en la investigación
Martínez-Guerrero (2017)	Actividad en las RRSS, el contenido y la interacción con los usuarios.
Sugimoto et al. (2017)	Actividad en las RRSS.
Alonso Galbán, Hernández Vidal & Alfonso Sánchez (2018)	Actividad en las RRSS.
Arcila-Calderón et al. (2019)	Expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo e Influencia social, sobre el uso real de RRSS en las revistas científicas.
Sánchez-Santamaría & Aliaga (2019)	Presencia y actividad en las redes y tipo de información que se difunde en ellas.
Zheng et al. (2019)	Interacción con los usuarios en la red social.
Gómez-González & Sosa Zaragoza (2020)	Identidad digital, actividad en las redes, formato de la información e interacción con los usuarios.
Stable-Rodríguez & Álvarez Calderón (2021)	Identidad digital, actividad en la red social, estrategias de comunicación e interacción con los usuarios.
Cueva-Estrada et al. (2023)	Actividad en las redes sociales y tipo de contenido que se difunde.

Fuente: elaboración propia.

En el caso de *Twitter* se destacan otros indicadores vinculados con el número de *tweets* y *retuis* (Alonso Galbán, Hernández Vidal & Alfonso Sánchez, 2018; Sánchez-Santamaría & Aliaga (2019); Zheng *et al.* (2019) y Stable-Rodríguez & Álvarez Calderón (2021)

Los resultados de las investigaciones evidencian que existe un uso incipiente y poco aprovechamiento de los beneficios de las RRSS, que puede estar dado en la algunos casos por la ausencia de políticas, lineamientos o normalizaciones de uso (Alonso Galbán, Hernández Vidal & Alfonso Sánchez, 2018 y Martínez-Guerrero, 2017), falta de personal capacitado, escasas estrategias de interacción con los públicos (Stable-Rodríguez & Álvarez Calderón, 2021), poco uso de los hashtags para la difusión de contenido (Estrada et al., 2023).

Respecto a las revistas académicas, se evidencia que han ido adoptando progresivamente tanto RRSS generalistas: *Twitter* y *Facebook*, como académicas: *ResearchGate* y *Academia* y profesionales (Procter, Williams, Stewart, Poschen, Snee, Voss & Asgari-Targhi, 2010; Ponte & Simón, 2011; Campos-Freire & Valencia-Bermúdez, 2015; Campos-Freire & Rúas-Araújo, 2016).

Para lograr un mejor aprovechamiento de estos canales de comunicación en la práctica, en algunos estudios se recomienda perfeccionar la capacidad de respuesta y el compromiso con sus seguidores (Stable-Rodríguez & Álvarez Calderón, 2021). De igual modo que el personal que gestione estas plataformas trabaje en equipo y establezca estrategias de interacción generando contenido que motiva la acción, la discusión y la participación de su público (Gómez-González & Sosa Zaragoza, 2020; Cueva-Estrada et al., 2023), la instrucción y la alfabetización informacional del cuerpo editorial, gestores o encargados de la producción científica con la finalidad de constituir gestores de comunidades digitales de calidad, de modo que puedan afrontar cada espacio virtual acorde a sus exigencias y asumir los riesgos que implica para las RRSS (Martínez-Guerrero, 2017; Alonso Galbán, Hernández Vidal & Alfonso Sánchez, 2018 y Stable-Rodríguez & Álvarez Calderón, 2021).



## Conclusiones

El análisis de los aspectos teóricos y prácticos del uso de las redes sociales, desde diferentes organizaciones y entidades que difunden información científica destaca el interés de los investigadores por conocer el comportamiento de dichos canales de comunicación, con el fin de mejorar la interacción con los públicos, potenciar la visibilidad y divulgar la información.

Los hallazgos en las publicaciones científicas analizadas exponen que las RRSS generalistas: *Facebook* y *Twitter* son las más usadas, debido a su popularidad a nivel mundial. Lo cual se evidencia por el incremento en el ritmo de la generación de contactos en ellas.

Por su parte, se constató que las revistas científicas y académicas que han implementado estrategias de comunicación incluyendo el uso de las RRSS generalistas, académicas y profesionales muestra resultados satisfactorios de acuerdo con los indicadores empleados para su evaluación, lo cual apunta a que son una herramienta de valor en el entorno digital comunicativo.

Sin embargo, todavía constituye un reto para los editores o el personal que gestionan estas plataformas, por lo que se recomienda incluir la figura de *community manager* o publicista digital que se dedique a la gestión en los diferentes perfiles. Otro elemento importante es la alfabetización informacional, trabajo en equipo para el establecimiento de estrategias de interacción en correspondencia con las exigencias del tipo de red social.

El análisis del estado de arte contribuyó al aporte de ideas, evidencias y reflexiones de la presencia, frecuencia, tipo de información y usos de las RRSS desde diferentes contextos.

## Roles de colaboración

**Alina Viera Savigne**

Redacción, revisión y edición.

**Lisette Guzmán Gamboa**

Metodología.

**Neibis Concepción Lorenzo Marquette**

Revisión y edición.

## Referencias

- Alcolea Parra, M., Rodríguez Barba, D. & Núñez Fernández, V. (2020). El uso corporativo de Instagram en las universidades privadas españolas. Estudio comparativo de treinta y cinco universidades. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, 47, 109-134. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i47.06>
- Alonso Galbán, P., Hernández Vidal, O. & Alfonso Sánchez, I. R. (2018). Empleo de las redes sociales en el Sistema Nacional de Salud cubano. *Revista cubana de información en ciencias de la salud*, 29(2), 1-13. Recuperado de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2307-21132018000200004&lang=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-21132018000200004&lang=es)
- Arcila-Calderón, C., Calderín-Cruz, M. & Sánchez-Holgado, P. (2019). Adopción de redes sociales por revistas científicas de ciencias sociales. *Profesional de la información*, 28(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.05>
- Arroyo-Vázquez, N. (2007). Web 2.0? ¿web social? ¿qué es eso? *Educación y biblioteca*, 161, 69-74. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/10566/>
- Barashkova, A. L., Vorob'Ev, I. V., Shavaev, A. A., & Zapolskaya, A. N. (2019). New Methods of Science Popularization in the Social Media: Modern Trends and Communications. In *Proceedings of the 2019 IEEE International Conference Quality Management, Transport and Information Security, Information Technologies IT and QM and IS 2019* (pp. 463-465). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ITQMIS.2019.8928354>.
- Baró-Guerra, R. (2017). Bibliotecas y redes sociales: enfrentando el desafío. *Ciencias de la información*, 48(2), 3-8. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1814/181454540002.pdf>
- Borgman, C. L. (1989). Bibliometrics and scholarly communication Research: Editor's Introduction. *Sage journals*, 16(5), 583-599. Recuperado de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/009365089016005002>
- Borrás-Gené, O. (2015). *Aplicación de las redes sociales en la enseñanza. Tipos de redes sociales*. Universidad Politécnica de Madrid [Curso MOOC. Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=X9LBhLZaT8Q>
- Campos-Freire, F. & Rúas-Araújo, J. (2016). Uso de las redes sociales digitales profesionales y científicas: el caso de las 3 universidades gallegas. *El profesional de la información*, 25(3), 431-440. Recuperado de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2016.may.13/31145>
- Campos-Freire, F. & Valencia-Bermúdez, A. (2015). Managing Academic Profiles on Scientific Social Networks. In A. Rocha, A. Correia, S. Costanzo & L. Reis (Eds.), *New contributions in information systems and technologies. Advances in intelligent systems and computing* (vol. 353) Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-16486-1\\_27](https://doi.org/10.1007/978-3-319-16486-1_27)
- Castañeda, L. & Gutiérrez Porlán, I. (2010). *Redes sociales y otros tejidos online para conectar personas*. Recuperado de [http://mc142.uib.es:8080/rid=1MX54C554WJ3R5J2WQ/Redes\\_sociales%20y%20otros%20tejidos%20online.pdf](http://mc142.uib.es:8080/rid=1MX54C554WJ3R5J2WQ/Redes_sociales%20y%20otros%20tejidos%20online.pdf)
- Castillo-Esparcia, A. (2012). Investigación e investigadores. Las revistas científicas como instrumento de comunicación. *Vivat Academia. Revista de comunicación*. 14(117), 1002-1017. <https://doi.org/10.15178/va.2011.117E.1002-1017>
- Celaya, J. (2011). *La empresa en la Web 2.0. El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial*. Barcelona: Gestión 2000.

- Cueva-Estrada, J. M., Sumba Nacipucha, N., Meleán Romero, R., Artigas Morales, W., Cueva Ortiz, N. & Plaza Quimis, M. (2023). Gestión del contenido en redes sociales, por revistas científicas indexadas en SciELO España. *Revista de comunicación de la SEECI*, 56, 194-213. <https://doi.org/10.15198/seeci.2023.56.e834>
- Fainholc, B. (2016). Presente y futuro latinoamericano de la enseñanza y el aprendizaje en los entornos virtuales referidos a educación universitaria. *Revista educación a distancia*, 48(2), 2-22. Recuperado de <http://www.um.es/ead/red/48/fainholc.pdf>
- Fernández Burgueño, P. (2009). *Clasificación de Redes Sociales*. Blog personal. Recuperado de <https://www.pablofb.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>
- Flores-Vivar, J. M., & Zaharía, A. M. (2019). Las redes sociales académicas en la difusión de la producción científica. Estudio de caso: Academia y Mendeley. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 25(3), 1379-1402. <https://doi.org/10.5209/esmp.66993>
- Fumero Reverón, A. & García Hervas, J. M. (2008). Redes Sociales. Contextualización de un fenómeno “dos puntos cero”. *Telos*, 76, 56-68. Recuperado de <https://oa.upm.es/11147/>
- Gómez-González, C. D. & Sosa Zaragoza, P. (2020). El uso de las redes sociales en las bibliotecas universitarias de México: un estudio comparativo. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 119, 51-75. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7673439.pdf>
- González-Díaz, C., Iglesias-García, M. & Codina, L. (2015). Presencia de las universidades españolas en las redes sociales digitales científicas: Caso de los estudios de comunicación. *El profesional de la información*, 24(5), 640-647. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.sep.12>
- González-Vegas, J. A. (2010) Visibilidad de las revistas científicas: la experiencia de la revista Vitae una alternativa digital. *Compendium*, 13(25), 47-53. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/880/88019355005>
- Henaos-Posada, V. (2013). Internacionalización e Internet: Nueva mirada al Marketing Internacional. *AD-Minister*, 22, 51-68. Recuperado de <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/administer/article/view/2024>
- Herrero-Gutiérrez, F. J., Álvarez-Nobell, A., & López-Ornelas, M. (2011). Revista Latina de Comunicación Social, en la red social Facebook. *Revista latina de comunicación social*, 66, 1-23. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2436429>
- Hutt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2), 121-128. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008>
- Igartua, J. J., Ortega-Mohedano, F. & Arcila-Calderón, C. (2020). Communication use in the times of the coronavirus. A cross-cultural study. *Profesional de la información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.18>
- Kircz, J. G. (1997). Scientific communication as an object of science. *Wenner gren international series*, 171-175. Recuperado de <http://www.kra.nl/Website/Artikelen/AcEur97.htm>
- López-Hung, E., Lao-León, Y. y Batista-Matamoros, C. (2022). Apuntes para una perspectiva teórica desde un enfoque organizacional en la gestión de revistas científicas. *Revista información científica*, 101(2), e3719. Recuperado de <http://revinfcientifica.sld.cu/index.php/ric/article/view/3719/5093>
- Martínez, F. (2010). Herramientas de la Web 2.0 para el aprendizaje 2.0. *Revista de artes y humanidades UNICA*, 11(3), 174-190. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=170121969008>
- Martínez-Galindo, F. J. (2020). Similitudes y diferencias entre repositorios y redes sociales: Por qué un repositorio no es una red social, ni debe serlo. *Revista PH*, 100, 127-129.

- Martínez-Guerrero, C. A. (2017). Uso de redes sociales en las revistas científicas de la Universidad de los Andes, Venezuela. *E-ciencias de la información*, 8(1), 1-21. <https://doi.org/10.15517/eci.v8i1.28104>
- Medina-Borges, R. (2017). Ciencia y Comunicación Científica. *Revista cubana de tecnología de la salud*, 7(4). Recuperado de <http://www.revtecnologia.sld.cu/index.php/tec/article/view/817>
- Miguel, S. E. & Felquer, L. (2011). La visibilidad de las revistas académicas en América Latina y El Caribe y su impacto en el ámbito académico. En *Encuentro de Ciencias de la Información del MERCOSUR*, Resistencia, Argentina. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/112661>
- Ollé, C. & López-Borrull, A. (2017). Redes sociales y altmetrics: nuevos retos para las revistas científicas. En *Revistas científicas: situación actual y retos de futuro* (pp. 197-219). Barcelona: Universitat de Barcelona. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/32138/>
- O'Reilly, T. (2005). *What Is Web 2.0. Design patterns and business models for the next generation of software*. Recuperado de <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Orizaola, G. & Valdés, A. (2015). Free the tweet at scientific conferences. *Science*, 350(6257), 170-171. <https://doi.org/10.1126/science.350.6257.170-c>
- Perea-Valero, V. (2014). *Plan estratégico de comunicación para la mejora de la visibilidad de Revista Mediterránea de Comunicación*. (Tesis de posgrado). Universidad de Alicante, Alicante. Recuperado de <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/41285>
- Ponte, D. & Simon, J. (2011). Scholarly communication 2.0: Exploring researchers' opinions on web 2.0 for scientific knowledge creation, evaluation and dissemination. *Serials review*, 37(3), 149-156. <https://doi.org/10.1080/00987913.2011.10765376>
- Procter, R., Williams, R., Stewart, J. K., Poschen, M., Snee, H., Voss, A. & Asgari-Targhi, M. (2010). Adoption and use of Web 2.0 in scholarly communications. *Philosophical transactions of the Royal Society A: mathematical, physical, and engineering sciences*, 368(1926), 4039-4056. Recuperado de [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2179057](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2179057)
- Red de Bibliotecas Universitarias (REBIUN). (2010). *Ciencia 2.0: aplicación de la web social a la investigación*. Recuperado de [http://eprints.rclis.org/3867/1/Ciencia20\\_rebiun.pdf](http://eprints.rclis.org/3867/1/Ciencia20_rebiun.pdf)
- Ribes Guàrdia, F. X. (2007). La Web 2.0. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva. *Telos: cuadernos de comunicación e innovación*, 73, 36-43. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2487981>
- Ruiz, M. A. V. (2016). La comunicación de la ciencia a través de artículos científicos, de Santos López Leyva, Aida Alvarado Borrego, Ana Bárbara Mungaray Moctezuma. *Perfiles educativos*, 38(153), 203-208. <https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2016.153.57648>
- Sánchez-Santamaría, J. & Aliaga, F. M. (2019). Revistas Científicas de Educación en redes sociales y científicas: presencia, frecuencia, tipo de información y usos. *Revistas científicas de educación en red*. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/334535588>
- Stable-Rodríguez, Y. & Álvarez Calderón, E. (2021). Uso de la red social Facebook en las organizaciones de Ciencia, Tecnología e innovación en Cuba. *Avances*, 23(2). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=637869392001>
- Sugimoto, C. R., Work, S., Lariviere, V. & Haustein, S. (2017). Scholarly Use of social media and Altmetrics: A Review of the Literature. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 68, 2037-2062. <https://doi.org/10.1002/asi.23833>
- Torres-Salinas, D. & López-Cózar, E. D. (2009). Estrategia para mejorar la difusión de los resultados de investigación con la Web 2.0. *El profesional de la información*, 8(5), 534-539. <https://doi.org/10.3145/epi.2009.sep.07>

Zheng, H., Aung, H. H., Erdt, M., Peng, T. Q., Sesagiri Raamkumar, A. & Theng, Y. (2019). Social media presence of scholarly journals. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 70(3), 256-270. Recuperado de <https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/asi.24124>

## Notas

1 Desde octubre del 2022 el nombre de la red social *Twitter* cambió la denominación a "X".