

La visibilidad en redes sociales digitales, acciones de divulgación científica de la UTN

Vivian Ojeda-Serna, Adelfa La Serna,
Nely Patricia Acosta, María Lucitania Montalvo

Universidad Técnica del Norte
vojeda@utn.edu.ec

RESUMEN

La divulgación científica está cambiando estrategias, adaptándose a nuevas dinámicas de comunicación surgidas a partir del auge de Internet y las redes sociales online. El presente trabajo tiene el objetivo de analizar las estrategias de divulgación de las revistas científicas de la Universidad Técnica del Norte. Esta investigación se realiza desde el paradigma cualitativo y representa un estudio descriptivo transversal. Se analiza la variable visibilidad a partir de la incidencia de las variables independientes divulgación en medios tradicionales, sitio web propio, presencia en plataforma online, perfil en redes sociales académica, perfil en Facebook y perfil en Twitter. Para la recolección de la información se realizó la revisión documental usando el gestor bibliográfico Mendeley y la revisión en Internet de redes sociales más usadas por las revistas científicas según la literatura revisada, además se realizaron entrevistas a los editores de las revistas. Como resultado se comprobó que la estrategia para la visibilidad de las revistas científicas estudiadas se circunscribe al sitio web de la universidad y en algunos casos redes sociales académicas como Researchgate y Academia.edu y generales Facebook y Twitter, aunque queda mucho por hacer para aumentar la visibilidad en las plataformas digitales de los temas de ciencia.

Palabras clave: REVISTAS CIENTÍFICAS, DIVULGACIÓN CIENTÍFICA, RED SOCIAL, FACEBOOK, TWITTER

ABSTRACT

Visibility in Digital Social Networks: UTN Actions for Scientific Dissemination

Scientific dissemination is changing strategies at getting adapted to new communication dynamics arisen from Internet and social networks boom. This work aims to analyze the dissemination strategies of scientific journals from Técnica del Norte University. This research is carried out from the qualitative paradigm and represents a cross-sectional descriptive study. The visibility variable is analyzed on the incidence of independent variables, dissemination in traditional media, own website, online platform presence, academic social networks profile, Facebook profile and on Twitter profile. For the data collection, the literature review was done using the research paper manager Mendeley and searching online frequently social network sites by the scientific journals according to the literature review, interviews were also conducted to the journals editors. As a result, it was found that the strategy for the visibility of scientific journals studied is limited to the university website and in some cases to academic social networks such as Researchgate and Academia.edu, Facebook and Twitter although there is still a lot to be done to increase the visibility on digital platforms of science topics.

Keywords: JOURNALS, SCIENTIFIC DISSEMINATION, SOCIAL NETWORK, FACEBOOK, TWITTER

Introducción

Después del invento de la imprenta por Gutenberg, allá por el siglo XV, a finales del siglo XX ocurrió otro importante hito en la historia de la información con la llegada de Internet (Hellmund, 2019). En ese sentido, en la actualidad dentro de la llamada Sociedad de la Información y el Conocimiento, se considera Internet el medio donde más búsqueda de información se realiza (Molina Prendes, y Quintana, 2019). No obstante los medios tradicionales, como son la prensa escrita, como periódicos y boletines informativos, de la radio y de la televisión, también son usados como referencia de información científica y divulgación de los resultados de investigación.

Por su parte, en la cibervida que propicia la gran red de redes, las redes sociales online gozan de gran popularidad y su modo de publicar e interactuar han formado nuevas dinámicas de comunicación, no solo para la vida social, sino también en ecosistemas especializados (Gómez, Rodríguez, López, y Lira, 2018; Cueva, Valverde Alulema, Enríquez-Reyes, y Llorens Largo, 2017). Varios estudios avalan la popularidad de estas plataformas, donde los usuarios crean su perfil, consumen y producen mensajes e interactúan.

Con el desarrollo tecnológico el ac-

ceso a Internet se ha facilitado en muchas regiones, lo cual ha influido en el aumento de la interacción virtual. Asimismo se consolida un espacio para compartir información, con la particularidad de estar enfocado a la gestión online de la información de interés personal y/o profesional. Es por esta razón que tanto a la interacción con tópicos de interés personal, donde se encuentran los sitios web especializados en algún tema, o redes sociales de contenido variado y generalista (Rodríguez-Fernández, Sánchez Amboage, y Martínez-Fernández, 2018). También han proliferado sitios web oficiales de instituciones y organizaciones, así como redes sociales enfocadas a temáticas que tienen un interés profesional propio como muestra la investigación de Torres-Salinas, Castillo-Valdivieso, Pérez-Luque, y Romero-Frías, (2018).

La divulgación científica también se ha sumado al uso de internet como medio de llegar al gran público. La Declaración Mundial de la UNESCO destaca que las instituciones de educación superior deben ajustar sus funciones a lo que la sociedad espera de ellas, con lo cual se enuncia la pertinencia social (Tünnermann, 2010). Es por ello que debe llegar a la sociedad el resultado de las investigaciones que se realizan. Muchas revistas científicas pertenecen a universidades o institutos de investigación, y tienen edición online que publican

en los sitios web oficiales de la institución a que pertenecen (Castillo-Ramírez y Alberich-Pascual, 2017). En ese sentido, los gestores de información se adaptan a los tiempos digitales y a la popularización de las redes sociales online, es por ello que muchas revistas científicas tienen su propio sitio web y además están presentes con su perfil en las redes sociales académicas, como Researchgate o Academia.

Alineado a esa gestión de la información acorde a la sociedad digital y multi-pantalla, muchos responsables de las revistas de divulgación científica han optado por también suscribirse a las redes sociales generalistas, principalmente Facebook y Twitter. De esta forma están de cierta forma más cerca del gran público, insertados en los modos de convivencia más actuales, que son las redes sociales online. Aunque al principio hubo un poco de reticencia en el uso de las mismas desde las revistas científicas, según Freire, (2014, p.11) los editores “no tardaron en valorar la importancia y el beneficio de su uso”.

Redes Sociales Académicas

Las mencionadas Redes Sociales Académicas son espacios en Internet donde confluyen científicos e investigadores de todo el mundo. Tener su propio perfil en estas plataformas constituye un requisito indispensable para lograr la visibilidad de las publicaciones. Un ejemplo de esta significancia es que en el TEC de Monterrey existe un manual para investigadores donde se explica paso a paso como suscribirse en esas redes sociales (Tecnológico de Monterrey, 2018).

Igualmente, las universidades, instituciones y revistas científicas crean sus perfiles para lograr interactuar, en este caso con el público especializado. Al estar referenciado en este espacio, se facilita que muchos estudiosos del tema puedan encontrar fácilmente las publicaciones, además de todo el análisis estadístico al que se puede acceder.

Las revistas científicas son conside-

radas el principal medio de difusión de la ciencia (Contreras, Buzeta, y Pedraja-Rejas, 2015), es por ello que se han realizado algunos estudios sobre su inclusión en las redes sociales, la cual tiene una tendencia a incrementarse, pero a un paso lento.

Coincidiendo con la afirmación de Campos Freire (2014, p.15) “la fusión de lo social a favor del científico, incide directamente en las publicaciones académicas electrónicas”, las revistas científicas tienen en su presencia en las redes sociales académicas una fuerte posibilidad de fortalecer su factor de impacto, que es el índice bibliométrico más utilizado. Este índice referencia la relación entre las citas realizadas en el último año de artículos publicados en los dos años anteriores, sobre la cantidad de artículos publicados en los mencionados dos años. La visibilidad en redes sociales académicas permite que sea mayor la citación de los artículos publicados por las revistas.

Redes Sociales Generales Facebook y Twitter

Múltiples estudios estadísticos (Kemp, 2018; Ureña y Valdivia, 2018), apuntan a la popularidad de estas dos redes sociales. Facebook, creado en el 2004, a la fecha es la red social con mayor número de suscriptores a nivel mundial. Por su parte, Twitter es considerado un microbloggin y permite mensajes de hasta 280 caracteres, aunque en sus inicios fue de 140 caracteres. Esta red es considerada como un medio social idóneo para la comunicación corporativa.

Son millonarias las cifras de usuarios de estas redes. La facilidad de interactuar, publicitar, segmentar mercados usando información estadística, el reconocimiento de la inmediatez de los mensajes que se publican, unido de la volatilidad de la información; son atractivos que hacen que estas redes sociales se tomen en cuenta también para la divulgación científica.

Exponen (Collins, Shiffman, y Rock, 2016) que en los últimos años las revistas científicas han ido adoptando progresiva-

mente, no solo en redes sociales académicas (ResearchGate y Academia) sino también en redes sociales generalistas (Twitter y Facebook). Las redes sociales académicas brindan algunas facilidades entre las que se destacan (Campos-Freire y Rúas-Araújo, 2016, p.432):

- Difusión de las propias publicaciones y seguimiento de las de otros colegas;
- Acceso abierto a millones de artículos y trabajos;
- Desarrollo de conversaciones y relaciones de colaboración para investigaciones;
- Formación de rankings e indicadores de reputación académica.

Por otra parte, muchas revistas de temática de ciencia y tecnología tienen perfiles creados en Facebook y Twitter, como una forma de acercarse a su público y ganar visibilidad, en su esfuerzo de comunicar sobre temas de ciencia.

En un estudio realizado, resultó que más del 80% de los 587 investigadores encuestados tienen perfiles creados en Facebook y Twitter (Collins et al., 2016) y lo consideran necesario para su desarrollo profesional y visibilidad en la web.

Otra investigación realizada a las 20 revistas científicas de ciencias sociales más relevantes dentro de Google Scholar Metrics, arroja que es bajo de manera general el índice de adopción de redes sociales por las revistas científicas estudiadas, sin embargo, de manera individual tiene mayor adopción Twitter, seguida de Facebook y después las redes sociales académicas Researchgate y Academia. De esta forma se demuestra que la divulgación científica tiene mucho por hacer para aprovechar las bondades de las plataformas online.

Webmetric

El ranking Webmetrics de universidades surge como iniciativa del Laboratorio de Cibermetría, grupo de investigación perteneciente al consejo superior de investigaciones científicas de España y mide la presencia en la web y la visibilidad de las instituciones. Los indicadores de este índice son:

Educación superior, Banco Mundial y OMC

Impacto/visibilidad (50%): Número de redes externas que tienen backlinks a las páginas web de las instituciones.

Presencia (5%): Número de páginas del dominio web principal de la institución. Incluye todos los subdominios que comparten el dominio web y todos los tipos de archivos incluidos PDF.

Apertura/Transparencia (10%): Número de citas de los principales autores según la fuente Google Scholar citations.

Excelencia (35%): Número de artículos académicos publicados en revistas internacionales de alto impacto comprendidos entre el 10% más citados de sus respectivas disciplinas científicas. El proveedor de datos (Grupo Scimago).

Están consideradas las universidades del mundo y es una métrica para medir su visibilidad online.

Revistas Científicas de la Universidad Técnica del Norte del Ecuador

En América Latina la investigación científica no tiene igual fuerza que en otras regiones como son Europa y Norteamérica. Las revistas científicas latinoamericanas en general tienen poca presencia en las bases de datos Scopus y Web of Science, por lo que comenta “ha creado una situación en la cual el simple hecho de estar presente en una base de datos que arroja indicadores cuantitativos da valor a las revistas” (Alperin y Rozemblum, 2017, p.232). Este trabajo tiene como objeto de estudio las revistas de una de las universidades más jóvenes de Ecuador es la Universidad Técnica del Norte.

En los últimos años se ha incrementado exponencialmente la producción científica de los investigadores pertenecientes a esta institución y han surgido varias revistas científicas que se están posicionando, por la calidad de sus publicaciones, en Latindex, que es una de las bases de datos

internacionales que garantiza la validez de la producción científica.

Latindex creado en 1997 es conformado por 19 organismos gubernamentales y académicos representantes de distintos países latinoamericanos. Es un directorio que recoge información sobre revistas científicas, profesionales y técnicas. En el 2002 se creó el Catálogo, que contiene una selección de las revistas incluidas en el directorio de acuerdo a 36 criterios de calidad editorial internacional (Turpo y Medina, 2013, p.13).

Debido a que la mayoría de los sistemas de evaluación de la ciencia tienen su mirada en la internacionalización y en el caso de revistas científicas en difundir la ciencia y aumentar su impacto, es objetivo de esta investigación analizar la estrategia de divulgación científica que incluye la visibilidad online, determinada por la presencia de las revistas científicas de la UTN en sitios oficiales, en las redes sociales académicas Researchgate y Academia y en las redes sociales generales Facebook y Twitter.

Tanto las redes sociales académicas, como las redes sociales generales, contribuyen a aumentar la visibilidad de las instituciones en la llamada Sociedad de la Información y el Conocimiento.

Metodología

La presente investigación parte desde un paradigma cualitativo, de tipo transversal y descriptivo. El análisis transversal se realizó en el mes de febrero de 2019. Constituyó un estudio sobre las estrategias de divulgación científica en medios tradicionales (constituidos por la radio y la televisión universitarias, la prensa escrita de la provincia) y además en Internet.

El estudio se realizó en cuatro fases. En la primera fase se desarrolló la revisión sistemática de literatura para identificar las publicaciones más relevantes acerca de la divulgación científica de universidades y revistas científicas, centrando la búsqueda en la base de datos Scopus, WOS y Google Scholar.

En una segunda fase se identificaron los programas especializados en ciencia y tecnología de la radio y la televisión universitarias, los periódicos de la región donde la UTN publica noticias de temáticas científicas, así como las revistas científicas y boletines de la Universidad Técnica del Norte. En cuanto a las publicaciones digitales se realizó una evaluación siguiendo los criterios: 1) perfil en las redes sociales académicas ResearchGate y Academia. Edu, 2) perfil en las redes sociales generales Facebook y Twitter, 3) presencia en el sitio web oficial de la UTN www.edu.ec y un cuarto y último criterio de análisis fue la clasificación en el ranking mundial de universidades otorgado según la visibilidad online. En una tercera fase se realizaron entrevistas semiestructuradas a los editores de las revistas, con el objetivo de saber sus estrategias y proyecciones para una mejor visibilidad online de las publicaciones. Por último, se realizó el análisis de los resultados obtenidos y su contrastación con otras investigaciones.

Resultados y Discusión Divulgación científica de la UTN en medios tradicionales

La Universidad Técnica del Norte es una institución pública que para la divulgación de la actividad académica y científica cuenta con medios tradicionales, como son la radio y la televisión universitaria, donde hay programas especializados en temas de ciencia y tecnología, los cuales son la revista matutina "La U en casa", que tiene sesiones para socializar el trabajo de los investigadores y el programa Salud al Día, con el doctor Julio Miguel Andrade. En la radio universitaria están los programas Criterios, Agromercado y Enfoque 101.

A través de la prensa escrita la Universidad Técnica del Norte también da a conocer a la sociedad los resultados de sus investigaciones. Se aprovechan los periódicos más importantes de la región como son El Norte, El Comercio y La Hora, en

los cuales constantemente se están publicando resultados de investigaciones de la universidad. En entrevista con la actual directora de relaciones públicas y comunicación de la Universidad Técnica del Norte aseguró que tiene bastante visibilidad en la prensa escrita las actividades y los resultados de la universidad en cuanto a proyectos de investigación vinculación con la comunidad y el trabajo de nuevas carreras pertinentes para la región. Por otra parte la radio y la televisión Universitaria tienen sus perfiles en redes sociales, sin embargo su mayor fidelización es a través de ellos medios tradicionales que sigue una población que mayoritariamente de adultos mayores, por lo tanto sería positivo que la divulgación científica se fortalezca por canales que están más prestos a la población joven.

Revistas Científicas de la UTN

La ciencia se da a conocer principalmente a través de revistas científicas, las cuales se indexan en bases de datos que tienen diferentes estatus y visibilidad dentro de la comunidad científica (Delgado López-Cózar y Martín-Martín, 2015). En la Universidad Técnica del Norte hay algunas revistas científicas, las cuales tienen una reciente trayectoria y también cuenta con boletines científicos. Estas revistas están algunas en formato físico y otras en formato digital.

Tabla 1. Revistas de la Universidad Técnica del Norte

Revista Científica	Facultad
Ecos de la Academia	Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología
Revista La U INVESTIGA	Facultad de Ciencias de la Salud
Periódico FICAYA Emprende	Facultad de Ciencias Agrónomas
Revista Ecuatoriana de Ciencias Sociales y Jurídicas	Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Fichas de Revistas

A continuación se detallan los resultados de la búsqueda documental y las entrevistas realizadas a decanos y subdecanos de las facultades de la Universidad

Técnica del Norte.

Revista Ecos de la Academia

Esta revista tiene contenido relacionado con educación y humanidades. Tiene edición semestral y cuenta con ocho números. Aunque tiene hize ISBN digital ISBN para impresión sólo los tres primeros números fueron impresos a partir de ahí me veo completamente para la plataforma digital. Está indexada en Latindex. Tiene sitio web propio bajo el dominio UTN.

La Revista Ecos de la Academia está presente en las redes sociales académicas ResearchGate y Academia.edu. Así como en las redes sociales generales Facebook y Twitter. De esta forma se evidencia la estrategia de divulgación científica con gran uso de las TIC y correspondiendo a las nuevas dinámicas de comunicación del ecosistema digital. A mayor visibilidad se contribuye a que la sociedad conozca los proyectos y resultados científicos, se involucre y participe, y también aumenta la posibilidad de citas de las publicaciones realizadas (Bencomo-García, Sánchez-Aldereguía, Fundora-Mirabal, y Dorta-Contreras, 2016).

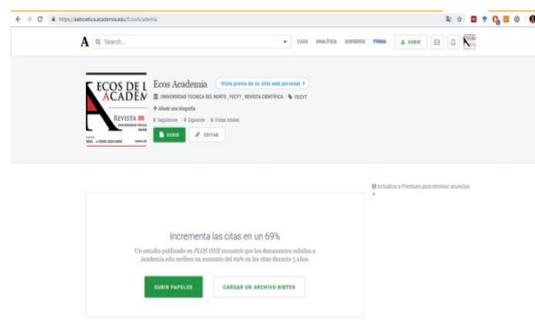




Figura 1. Presencia de Revista Ecos de la Academia en redes sociales académicas y generales.

En ese sentido los editores de esta revista están dando pasos significativos para su adhesión a SciELO, base de datos cuyo objetivo principal es aumentar la visibilidad de la ciencia producida en Latinoamérica, España y Portugal (Canales, Medín, Villegas, y Peña, 2009). Ecos de la Academia, es una revista con proyección online, que busca aumentar su visibilidad en redes sociales.

Revista La U Investiga

Esta revista tiene contenido relacionado con ciencias de la salud. Tiene edición semestral y cuenta con seis números. Tiene hicie ISBN digital e ISBN para impresión. Está en proceso de ser indexada en Latindex. Tiene sitio web propio bajo el dominio UTN.

La Revista La U Investiga está presente en Facebook. Al tener visibilidad online en la plataforma de la universidad y en redes sociales, se evidencia la estrategia de divulgación científica con un positivo uso de las TIC.

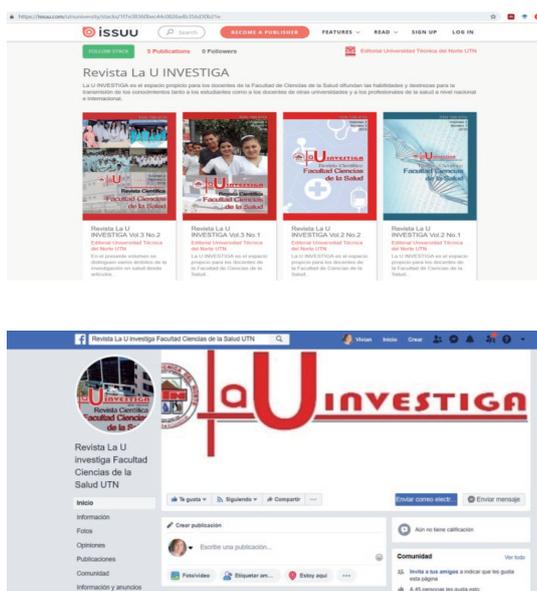


Figura 2. Presencia de Revista La U Investiga en la red y en Facebook.

Periódico FICAYA Emprende

En este caso se encuentra el Periódico de la FICAYA, donde todas las investigaciones que tienen que ver con el área de agronomía se ven reflejados. El periódico FICAYA EMPRENDE es una publicación donde se reflejan los resultados de investigación, tanto de docentes investigadores como de estudiantes, de la facultad de agronomía. Estos resultados responden a proyectos de investigación que tienen una fundamentación basado en la pertinencia para el desarrollo social. Tiene sitio web propio bajo el dominio UTN. Realmente por la complejidad de las investigaciones científicas de esa rama, demanda bastante tiempo y recursos como insumos, para la evolución de los proyectos. Es por esa razón que esta facultad plasma los resultado de sus investigaciones en un periódico y todavía no tiene una revista indexada pues se necesita cumplir bastantes requisitos para poder estar en alguna para poder tener ser alguna base de datos. En correspondencia se da a conocer todos los resultados de investigación a través de un periódico. No obstante este periódico tiene un consejo editorial y constituye una forma bastante amigable de difundir lo

que está pasando en el mundo investigativo de la facultad FICAYA. Es interesante la visibilidad online que tiene esta publicación, porque incluso está presente en las redes sociales al tener perfil en Twitter en Facebook y también está en Researchgate y en Academia.edu. Se puede afirmar que es una publicación que usa bastante las redes sociales para diseminar información, lo único que no está constituida como revista científica.

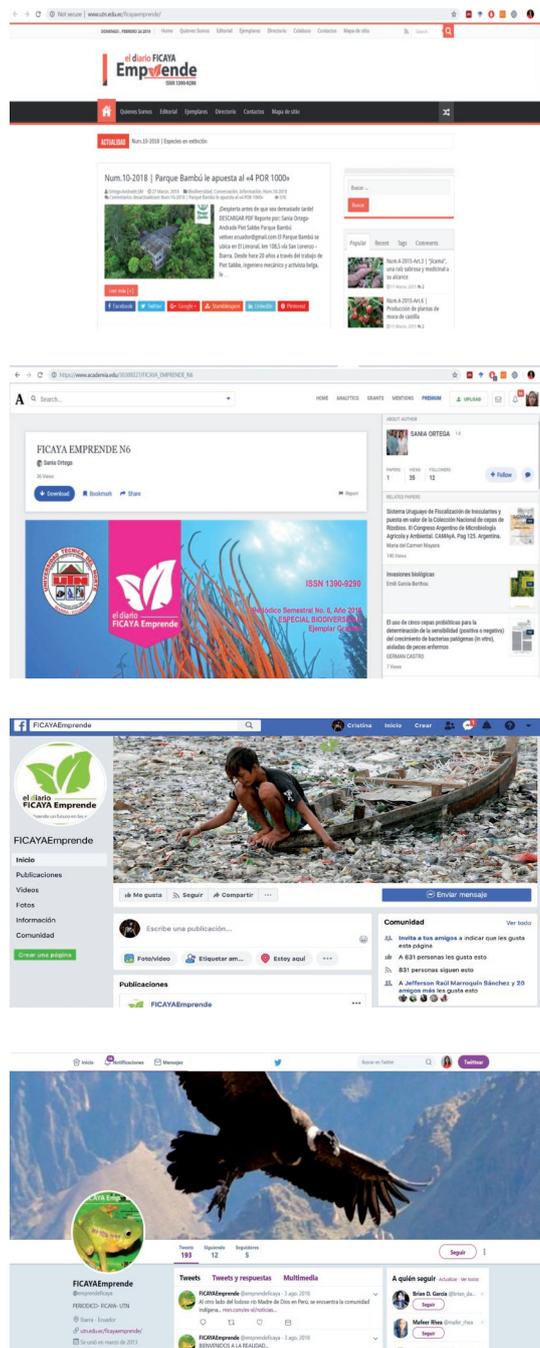


Figura 3. Presencia de Periódico FICAYA Emprende en redes sociales académicas y generales.

Revista de Ciencias Sociales y Jurídicas

Esta revista tiene contenido relacionado con ciencias sociales y jurídicas. Cuenta con tres números. Tiene hce ISBN digital. Está en proceso de ser indexada en Latinex. Tiene sitio web propio bajo el dominio UTN. No tiene presencia en redes sociales.

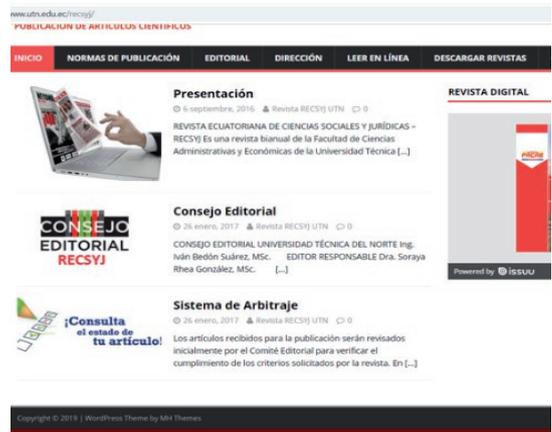


Figura 4. Presencia de Revista de Ciencias Sociales y Jurídicas.

En correspondencia, la presencia de las revistas científicas en Internet se ha intensificado en los últimos años, pues permite recupera valiosa información y aumenta el impacto de la creación de conocimiento, por la facilidad de interacción con la información (Alperin y Fischman, 2015). En el portal oficial de la universidad www.utn.edu.ec, se encuentran publicadas las revistas digitales, en el apartado investigación y sello editorial UTN. Es importante destacar que a este sello editorial pertenecen las revistas y demás publicaciones que genera la universidad.

Como estamos en la era digital, las revistas científicas a nivel mundial tienen una tendencia a migrar al mundo online, incluso pertenecer a redes sociales académicas y también a redes sociales de temática general como son Facebook y Twitter. Buscar la visibilidad en la plataforma online, incluso, pertenecer a las redes sociales aporta a la revista reconocimiento fortaleza y prestigio entre otros, forma parte de la búsqueda de diferentes mecanismos acordes a nuevos contextos de aplicación y uso del conocimiento, como

afirman Guzmán y Guzmán (2018).

En un estudio realizado por Fishman et al. (2015), se investigó sobre el uso ResearchGate y Academia.edu y las revistas estaban en esa plataforma por ventajas en cuanto adquisición de conocimiento, reconocimiento y confianza interprofesional. Por otra parte Hosting en Fishman et al. (2015), hicieron una investigación dónde se valoró el uso de redes sociales por los profesionales de la academia, los cuales, para lograr visibilidad tanto de los investigadores como de las revistas científicas, situaron en primer lugar la importancia para tener perfil en Linkeding, que es una red social profesional, seguida por Academia.Edu y ResearchGate, que son consideradas redes sociales académicas.

Internet brinda un abanico de posibilidades a las revistas científicas. Por ejemplo, a través de bases de datos como SciELO

(Scientific Electronic Library Online) se pueden obtener beneficios como los lectores pueden descargar los artículos se puede enviar los mismos por correo electrónico, se puede acceder al servicio “cómo citar este artículo”. Las revistas deberían considerar su estrategia de integrarse en este tipo de base de datos para lograr mayor visibilidad (Canales et al., 2009). Dentro de las publicaciones científicas estudiadas, solo la revista Ecos de la Academia está dando importantes pasos para indexarse en SciELO y así mostrar un avance significativo en su labor de divulgación científica.

Webmetric

En el ranking Web de las universidades, la UTN tiene la siguiente posición a la fecha del 16 de junio de 2019.

Ranking	Universidad	Det.	País	Presencia (Posición*)	Impacto (Posición*)	Apertura (Posición*)	Excelencia (Posición*)
4783	University of Health Sciences Lahore			9720	9224	3511	4666
4788	Otterbein University			5317	2437	4598	6033
4789	National Taipei University of Nursing and Health Sciences			2549	8076	5584	4768
4789	(1) Santa Barbara City College			4455	1782	7026	6033
4789	Universidad Nacional de Chimborazo			553	12422	4727	4202
4789	Escuela de Organización Industrial			2192	2816	4271	6033
4789	Kyiv National University of Engineering and Architecture / Київський національний університет будівництва і архітектури			5410	8389	4495	4768
4789	Universidad Técnica del Norte			746	9117	4781	4768
4789	Union University Tennessee			3293	2536	4750	6033
4796	Moscow Polytech / Московский Политех			4327	8934	11401	3275

Figura 5. Posición de la UTN en Webmetric

La universidad estudiada está en el puesto 4789 a nivel mundial. Los indicadores de mayor peso son Presencia y Excelencia. En el caso de la Presencia se aprecia que la universidad está bastante bien con respecto a los que están más cercanos a ella en el ranking, sin embargo, en cuanto a la Excelencia dista mucho de estar en un buen lugar y esto se debe al número de artículos publicados en revistas internacionales de alto impacto, por lo tanto una de

las estrategias para mejorar en el ranking Webmetric sería aumentar la producción científica de calidad.

Por otra parte el Tecnológico de Costa Rica mejoró su posición en el ranking Webmetric y según su Vicerrectorado Académico fue resultado de poner en práctica las acciones: creación del portal de revistas académicas del TEC utilizando la plataforma Open Journal Systems (OJS); fortalecimiento del repositorio institucional; capacitación a investigadores

en el uso de la herramienta Google Scholar; incorporación de contenidos en otros idiomas (inglés principalmente); y unificación de dominios del TEC para dejar uno solo (TEC, 2015).

La labor de divulgación científica en la actualidad evidencia una brecha digital que no son planteadas por la tecnología sino, por la carencia en la competencia mediática necesaria para abordar estrategias dentro del ecosistema digital (Bonilla-del-río, García-Ruiz, y Pérez-Rodríguez, 2018). Lo que están a cargo de la divulgación científica en las universidades deberán tener una preparación para poder aprovechar los medios y las dinámicas de comunicación que predominan en la actualidad.

Conclusiones

Como conclusión se puede decir que sí, hay una tendencia de las revistas científicas y de las publicaciones de divulgación científica de la Universidad Técnica del Norte hacia las redes sociales académicas y en redes sociales generales como son Facebook y Twitter.

Se usan los medios tradicionales por toda la infraestructura que hay en la universidad de radio, televisión universitaria e imprenta. En el caso de la radio y la televisión, están en redes sociales como Facebook, aumentando su visibilidad. En el caso de revistas científicas y publicaciones, en su mayoría aún no han utilizado como recurso de divulgación científica a las redes sociales, tanto académicas como generales.

Por otra parte, para tener mejor posición de la universidad en el caso de Webmetric, es importante aumentar la publicación en revistas de alto impacto y de esa forma mejorar el indicador Excelencia.

En conclusión, aplicar nuevas estrategias de divulgación científica incluyendo el uso de las redes sociales, permite ampliar el mundo de la comunicación en cuanto a los productos científicos que genera la UTN, de tal manera que las investigaciones realizadas por los docentes sirvan de aporte y apoyo a nuevos proyectos y sobre todo logren llegar y comprometer a la sociedad.

Referencias Bibliográficas

- Alperin, J. P., y Rozemblum, C. (2017). *La reinterpretación de visibilidad y calidad en las nuevas políticas de evaluación de revistas científicas*. Revista Interamericana de Bibliotecología, 40(3), 231–241. <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v40n3a04>
- Bencomo-García, L., Sánchez-Aldereguía, D., Fundora-Mirabal, S., y Dorta-Contreras, J. (2016). *Producción científica y visibilidad de la Cátedra de Comunicación Científica de la Universidad de Ciencias Médicas de Habana*. Revista Habanera de Ciencias Médicas, 15(6), 979–991. Retrieved from http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-519X2016000600013
- Bonilla-del-río, M., García-Ruiz, R., y Pérez-Rodríguez, M. A. (2018). *La educocomunicación como reto para la educación inclusiva*. EDMETIC, 7(1), 66. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v7i1.10029>
- Campos-Freire, F., y Rúas-Araújo, R. (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. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.13>
- Campos Freire, F. (2014). *Antología de artículos científicos sobre redes sociales y la gestión de los medios tradicionales en las redes sociales digitales*. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Francisco_Freire/publication/260186315_Antologia_de_articulos_cientificos_sobre_redes_sociales_y_la_gestion_de_los_medios_tradicionales_en_las_redes_sociales_digitales/links/00b7d52ff5f9d88b7b000000.pdf
- Canales, C. B., Medín, F., Villegas, H., y Peña, P. (2009). *SCiELO: un proyecto cooperativo para la difusión de la ciencia SCiELO: A COOPERATIVE PROJECT FOR THE DISSEMINATION OF SCIENCE*. Revista Española de Sanidad Peni-

- tenciaria, 11, 49–56. Retrieved from <http://regional.bvsalud.org>
- Castillo-Ramírez, I., y Alberich-Pascual, J. (2017). *Análisis de estrategias de difusión de contenidos y actividad en redes sociales en revistas de divulgación científica: factores de interacción, visibilidad e impacto*. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 23(2), 1045–1056. <https://doi.org/10.5209/ESMP.58031>
- Collins, K., Shiffman, D., y Rock, J. (2016). *How Are Scientists Using Social Media in the Workplace?* *PLOS ONE*, 11(10), e0162680. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0162680>
- Contreras, F.G., Buzeta, L. P., y Pedraja-Rejas, L. (2015). *Importancia de las publicaciones académicas: algunos problemas y recomendaciones a tener en cuenta*. *Idesia (Arica)*, 33(4), 111–119. <https://doi.org/10.4067/S0718-34292015000400014>
- Cueva, F. M., Valverde Alulema, F., Enriquez-Reyes, R., y Llorens Largo, F. (2017). *Gobierno de las TI en las Universidades: análisis sistemático de la literatura científica y no convencional*. *INNOVA Research Journal (Vol. 3)*. Universidad Internacional del Ecuador. Retrieved from <http://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/751>
- Delgado López-Cózar, E., y Martín-Martín, A. (2015). *Difusión y visibilidad de la producción científica en la red: construyendo la identidad digital científica de un autor*.
- Fishman, G., Alperin, J. P., Cetto, A. M., Alonso-Gamboa, J. O., Packer, A., Aguado-López, E., ... y da Silva Ávila, N. (2015). *Hecho en Latinoamérica: acceso abierto, revistas académicas e innovaciones regionales*. In *Acceso abierto, revistas académicas e innovaciones regionales*.
- Gómez, W. N. C., Rodríguez, H. M. D., López, M. I. M., y Lira, E. T. (2018). *Redes sociales: su influencia en la personalidad y en las relaciones sociales de estudiantes*. *PsicoEducativa: Reflexiones y Propuestas*, 4(7), 20–29. Retrieved from <https://psicoeducativa.iztacala.unam.mx/revista/index.php/rpsicoedu/article/view/83>
- Guzmán Acuña, J., y Guzmán Acuña, T. de J. (2018). *De la generación a la pertinencia del conocimiento. Un estudio sobre los investigadores nacionales en el estado de tamaulipas México*. *Revista Lusófona de Educação*, (39), 113–130. <https://doi.org/10.24140/issn.1645-7250.rle39.08>
- Rodríguez-Fernández, M.-M., Sánchez Amboage, E., y Martínez-Fernández, V.-A. (2018). *Utilización, conocimiento y valoración de redes sociales digitales científicas en las universidades gallegas*. *El Profesional de La Información*, 27(5), 1097. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.13>
- TEC. (2015). *TEC sigue escalando posiciones en ranking Webometrics*. San José. Retrieved from http://www.webometrics.info/en/Latin_America/Costa_Rica
- Tecnológico de Monterrey. (2018). *Guía de posicionamiento en redes sociales de investigación*. Retrieved from http://congresodeinvestigacion.tec.mx/documentosimportantes/guia_de_posicionamiento.pdf
- Torres-Salinas, D., Castillo-Valdivieso, P.-Á., Pérez-Luque, Á., y Romero-Frías, E. (2018). *Altmétricas a nivel institucional: visibilidad en la Web de la producción científica de las universidades españolas a partir de Altmetric.com*. *El Profesional de La Información*, 27(3), 483. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.may.03>
- Tünnermann, C. (2010). *Las conferencias regionales y mundiales sobre educación superior de la UNESCO y su impacto en la educación superior de América Latina*. Universidades. Universidades (Vol. 60). Unión de Universidades de América Latina. Retrieved from <https://www.redalyc.org/html/373/37318570005/>
- Turpo, J. E., y Medina, G. E. (2013). *Producción intelectual y visibilidad científica*. *Apuntes Universitarios*. *Apuntes Universitarios*. *Revista de Investigación*, 3(2). Retrieved from <https://www.redalyc.org/html/4676/467646127001/>