

# DIFUSIÓN Y VISIBILIDAD DE PUBLICACIONES CIENTÍFICAS EN INTERNET

Juan Cruz-Benito<sup>1,2</sup>, Alicia García-Holgado<sup>1,2</sup>, Felicidad García-Sánchez<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Grupo de Investigación GRIAL

<sup>2</sup>Departamento de Informática y Automática

Universidad de Salamanca

[juancb@usal.es](mailto:juancb@usal.es)

[aliciagh@usal.es](mailto:aliciagh@usal.es)

[felicidadgsanchez@usal.es](mailto:felicidadgsanchez@usal.es)

*Palabras clave:* Internet, difusión, visibilidad, publicaciones científicas, Google Scholar, ResearchGate, Academia.edu .

## Resumen

Cada vez es más importante, si cabe, que las investigaciones científicas generen resultados e impacto en la sociedad, ya sea a través de publicaciones, proyectos financiados asociados, patentes y propiedades intelectuales, comercialización de métodos, procesos o resultados, etc. Esto implica que los investigadores deben conocer, dominar y aplicar técnicas, recursos y estrategias para mejorar y acelerar esta generación de resultados e impacto, de modo que sean capaces de competir en el complejo y delicado ecosistema actual de investigación (nacional e internacional). Este curso se ocupa de mostrar diferentes aspectos clave en la publicación y difusión de resultados de investigación a través de Internet, de modo que los investigadores tomen conciencia de las opciones que ofrece dicha red para generar impacto y aumentar su relevancia o la de sus trabajos.

## Introducción

Las exigencias en cuanto a la obtención de resultados tangibles derivados de procesos, proyectos y experimentos científicos se encuentran actualmente en cotas muy altas; cualquier centro de investigación, institución, gobierno tiende a intentar sacar el máximo beneficio de cada euro invertido en investigación a través de publicaciones de alto impacto, consecución de financiación de proyectos, obtención de patentes, secretos industriales o propiedades intelectuales, etc., es decir, de cualquier aspecto que proporcione un retorno a la entidad financiadora y que auspicia la investigación, ya sea a través de resultados que potencien los índices de calidad de las instituciones, o que proporcionen nueva financiación a dichas entidades.

Como parte de estos resultados que se esperan actualmente dentro de cualquier proyecto de investigación de cierto calado, es la publicación de los resultados en medios y revistas especializadas, normalmente con índice de impacto. Además de la publicación de estos resultados, y como parte de las métricas que influyen en los índices de calidad y excelencia de los centros e instituciones de investigación, se encuentra también la medición de la relevancia de dichas publicaciones, habitualmente mediante el

conteo de las citas (además de su parametrización en función de la *calidad* de la cita, el impacto que generan, etc.).

El principal objetivo de este curso, siguiendo esta línea de publicación y obtención de un retorno sobre la investigación realizada, es cómo aprovechar los medios actuales relacionados con Internet para publicar los resultados de la investigación y la mejora de la probabilidad de cita de los trabajos científicos, así como la creación de una marca personal reconocible del investigador en Internet. De un modo más específico, esto se trató en el curso de la siguiente forma:

- Cómo autopublicar nuestros resultados de investigación: para trabajos de menor nivel, en el curso se trató cómo gestionar la adquisición de un ISBN, un depósito legal, cómo distribuir digitalmente una publicación de este tipo, así como observar una serie de recomendaciones y principios que serán útiles para realizar este proceso de una forma adecuada y efectiva.
- Cómo atraer más público potencial a nuestros trabajos de investigación y aumentar de este modo la probabilidad de conseguir citas. Esto se trató mediante la presentación de diversos repositorios online, redes sociales de investigadores, etc.

Estos y otros contenidos del curso, así como su división por áreas temáticas y objetivos específicos se presenta de forma más detallada en los siguientes apartados.

## Métodos y contenidos

Dentro de los contenidos específicos impartidos durante el curso, se pueden destacar los siguientes:

- Relevancia de las publicaciones en Internet
- Marca Personal del investigador en Internet
- Dudas acerca de la publicación científica en Internet (copyright, acceso abierto, etc.)
- Opciones para la auto-publicación
  - ¿Cómo (auto)publico un libro?
  - ISBN
- Repositorios Institucionales
- Redes sociales para investigadores
  - ResearchGate
  - Academia.edu
- Google Scholar
- Visibilidad horizontal
  - LinkedIn
  - Slideshare
  - Otras redes sociales transversales

Para este curso se ha seguido una metodología teórico-práctica, donde el docente ha ido explicando los conceptos clave de cada tema propuesto y los asistentes han realizado ejercicios prácticos en aquellos casos recomendados, como los casos de las redes sociales ResearchGate, Academia.edu, el uso de Google Scholar, etc. Además de la realización de los ejercicios prácticos, aquellas actividades que no pudieron realizarse durante el curso (tareas como tramitar un ISBN, etc.) fueron presentados de forma visual por parte del docente en base a su experiencia previa.

## Resultados

El curso tuvo lugar en el mes de abril de 2015, teniendo una asistencia de tres personas (2 hombres, una mujer) de 12 apuntadas, estas tres personas fueron un público eminentemente joven (edades entre 24 y 25 años), compuesto en su totalidad por estudiantes de doctorado que se estaban iniciando en el mundo de la investigación.

En cuanto a la valoración del curso por su parte, en general evaluaron de forma buena o muy buena los distintos aspectos del curso, como la calidad del ponente, la utilidad de los contenidos, etc. (figura 1). Como muestra los ítems “Calidad del curso”, “Calidad del Ponente”, “Calidad de la Organización”, “Utilidad de los conocimientos adquiridos”, y “Satisfacción con la duración del curso” se evaluaron en una escala Lickert del 1 al 5, mientras que el ítem “Satisfacción general” se evaluaba en una escala del 0 al 10.

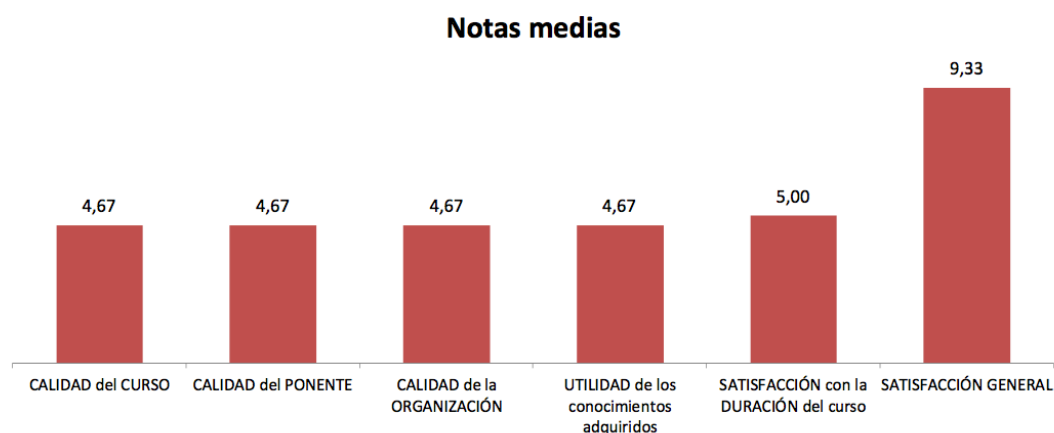


Figura 1. Resumen de la evaluación del curso por parte de los asistentes

Además de la evaluación mediante los cuestionarios, los asistentes expusieron su satisfacción con los contenidos del curso, ya que éstos les resultaron de utilidad y les ayudaron a comprender un poco mejor cómo es realmente el mundo de la investigación y cómo deben ayudarse de las herramientas online y de Internet en su carrera profesional como personal investigador.

## Conclusión

La realización de un curso como este permite que investigadores ya experimentados afiancen sus conocimientos sobre técnicas de difusión de su investigación o aprendan sobre las nuevas tendencias y vías dentro de la publicación en Internet y sus consecuencias en la investigación y en la creación o mejora de su marca personal. En el caso de los estudiantes de doctorado o investigadores que están todavía en una fase temprana de su actividad investigadora, los contenidos tratados en este tipo de cursos constituyen una toma de contacto real con la realidad de la publicación, cita y marca personal del investigador; de modo que éstos puedan entender desde el inicio de su carrera la relevancia de los temas tratados y cómo el uso de las herramientas online y redes sociales especializadas en Internet pueden ayudarles dentro de su carrera.

En base a los resultados obtenidos, cabe destacar que este tipo de cursos siguen siendo relevantes e interesantes para los asistentes, de modo que se debe plantear su extensión en el tiempo y en el número de personas que lo reciben para conseguir fomentar una cultura más innovadora en el ámbito de la publicación científica.

## Referencias

1. Cruz-Benito, J. (2014). Difusión y visibilidad de publicaciones científicas en Internet; Qué puede hacer el autor para promocionar su investigación?. En *EducaFarma 2.0. White papers sobre innovación aplicada en el área de las Ciencias Bio-Sanitarias*. Eds. J. S. Pérez-Blanco, A. Muro Álvarez y J. Cruz-Benito
2. Lawrence S. Free online availability substantially increases a paper's impact. *Nature*. 2001;411(6837):521
3. Open Society Institute (OSI). Budapest Open Access Initiative. [www.budapestopenaccessinitiative.org](http://www.budapestopenaccessinitiative.org)