

# Redes Sociales Académicas: Presencia y actividad en Academia.edu y ResearchGate de los investigadores en comunicación de las universidades gallegas

## *Academic Social Networks: Presence and activity in Academia.edu and ResearchGate of communication researchers of the Galician universities*

Alberto Dafonte-Gómez, María Isabel Míguez-González & Iván Puentes-Rivera

Universidad de Vigo

Pontevedra, España

albertodafonte@uvigo.es, mabelm@uvigo.es, ivanpuentes@uvigo.es

**Resumen** — Las redes sociales académicas emergen como una oportunidad para facilitar el trabajo investigador, incrementando las posibilidades de difusión, colaboración, conocimiento... Existen sin embargo aún numerosas dudas, indefiniciones o temores, desconocimiento en general derivado de lo incipiente de este fenómeno, que impiden situarlas al mismo nivel de reconocimiento o formalidad que los medios tradicionales. Será a través del estudio en profundidad de estas plataformas como se pueda avanzar hacia su consolidación como herramientas de trabajo plenamente válidas en la labor académica.

En el presente trabajo se analiza la presencia de los profesores e investigadores en comunicación del Sistema Universitario Gallego en las dos principales redes sociales académicas, Academia.edu y ResearchGate. Se constata que el número de académicos presentes en ellas es ya de algo más del 50%. Además de esta visión general, se estudia también la presencia, el número de documentos, de seguidores, de visitas... por sexos, universidades o áreas departamentales.

**Palabras Clave** – *redes sociales académicas; profesores; investigadores; comunicación; ResearchGate; Academia.edu.*

**Abstract** — Academic social networks emerge as an opportunity to facilitate research work, increasing the likelihood of dissemination, collaboration, knowledge ... However, there are still many doubts, uncertainties and fears, ignorance generally derived from the budding of this phenomenon, which prevent from placing it at the same level of recognition or formality than traditional media. It will be through study of these platforms as we can move towards its consolidation as valid tools to fully work in academic work.

This study analyzes the presence of teachers and researchers in communication of the Galician Universities in the two major academic social networks, Academia.edu and ResearchGate. It is found that the number of academics present at them is already more than 50%. In addition to this overview, this paper studies the presence, number of documents, followers, visits ... by gender, university or departmental areas.

**Keywords** - *academic social networks; teachers; researchers; communication; ResearchGate; Academia.edu.*

### I. INTRODUCCIÓN

La extraordinaria expansión del concepto web 2.0 y particularmente de una de sus manifestaciones concretas, las redes sociales, tiene su reflejo en el mundo académico con el auge en los últimos años de las denominadas redes sociales académicas.

Las definiciones que se pueden encontrar de estas son muy variadas. Para Martorell y Canet [1] la red social académica ideal debe ser “el punto de encuentro entre investigadores de todo el mundo que unen sus esfuerzos en un intento de hacer progresar sus estudios a partir tres principios básicos: la comunicación, la colaboración y el compartir sus conocimientos en un entorno virtual y democrático óptimo para la divulgación, siempre que se atienda a un compromiso de participación y lealtad al rigor académico.”

Campos, Rivera y Rodríguez [2] se refieren a las redes sociales académicas como “ecosistemas de servicios de software, repositorios y plataformas de comunicación abiertas en red” que ofrecen a los académicos diferentes posibilidades, tales como acceder fácilmente a millones de trabajos científicos, contactar con académicos de áreas de investigación en las que uno esté interesado, fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos, gestionar la reputación o “capital social científico” de los investigadores e instituciones, o abrir múltiples posibilidades en el trabajo con metadatos.

La investigación necesita ser difundida entre pares para poder dar pie a nuevos estudios; el conocimiento se genera analizando el conocimiento anterior, cuestionándolo o enriqueciéndolo. Estar presente en estas plataformas permite al investigador que los demás conozcan su trabajo, lo valoren, lo critiquen, lo difundan... Al mismo tiempo, el investigador

utiliza estas redes para acceder de una forma rápida y fácil a las aportaciones que otros realizan de temas de su interés.

Reconociendo la presencia creciente de la que se hablaba, se advierte no obstante que desde el punto de vista académico es demasiado pronto para proclamar el triunfo de estas redes sociales [1], [3]. Los filtros de calidad poco consistentes, la escasa actividad de muchos de sus usuarios o el predominio de los investigadores jóvenes frente a aquellos que poseen una sólida trayectoria son puntos débiles que dificultan por ahora ese triunfo.

En todo caso, este auge de la web 2.0 ofrece nuevas posibilidades de desarrollo, entre otros, para dos de los rasgos definitorios de la ciencia, la comunicación y la colaboración [4]. Tanto, que diversos autores hablan desde hace algunos años del concepto de ciencia 2.0, entendida como “la aplicación de las tecnologías de la web social al proceso científico” [5].

Un modelo de entender la ciencia menos encorsetado, que se impregna de valores como el acceso libre a la información, la colaboración desinteresada o la superación de la distancia física como barrera. Este modelo de “ciencia abierta” [5] se manifiesta fundamentalmente en tres aspectos, compartir la investigación, compartir los recursos y compartir los resultados.

En este contexto las redes sociales son una extraordinaria herramienta para los grupos de investigación, puesto que, como señalan Merlo et lat. [5] les ofrecen prácticamente todo aquello que estos necesitan, “sistemas de comunicación, medios para compartir recursos, almacén de documentos y foros de discusión.”

Es cierto que las redes sociales generalistas (Facebook, Twitter, LinkedIn...) pueden ser utilizadas también desde un punto de vista académico, ofreciendo a los investigadores la posibilidad de una rápida y amplia difusión de sus estudios, tal y como reconocen los catedráticos Mercedes Caridad y Xosé López [2]. No obstante, el punto fuerte de las redes sociales científicas está, para ambos, en la especialización y en la existencia de una “vinculación mayor entre los investigadores”.

Es posible señalar, por tanto, varias razones relevantes que justifican la existencia de plataformas como Academia.edu o ResearchGate (las dos redes analizadas en este trabajo) y el interés de los investigadores por utilizarlas.

En el contexto español en particular, tanto los sistemas de acreditación como los de valoración de la actividad investigadora tienen en cuenta la visibilidad y repercusión del trabajo de los investigadores, atendiendo principalmente a un indicador de valor internacional: el número de citas. Utilizando estas plataformas, entre otras cosas, el investigador facilita que se conozca su trabajo y, por tanto, incrementa las oportunidades de que sea citado.

El hecho de que un estudio sea muy citado es, a su vez, un elemento importante para las revistas científicas, cuyo interés para la comunidad investigadora será mayor cuanto mayor sea su índice de impacto, medido, fundamentalmente, a través del número de citas generado. Por este motivo, las propias publicaciones científicas están comenzando a recomendar a los

investigadores que publican en ellas que trabajen también activamente la difusión de sus estudios; la utilización de redes sociales académicas como Academia.edu o ResearchGate es una forma de hacerlo.

Aunque esa práctica supone una potenciación del uso de las redes académicas, estas se utilizan fundamentalmente como repositorio del conocimiento publicado previamente en los medios convencionales, que buscan en la redes difusión, promoción... Parece, por tanto, que están aún lejos de ser fuentes primarias de generación conocimiento y difusión de resultados. La competitividad que existe en el mundo académico / científico [3] unida a los criterios oficiales de acreditación y valoración de méritos, basados únicamente en medios y métodos tradicionales, potencian este uso de las redes sociales académicas como repositorio.

Sea como fuere, comunicar lo que el investigador hace es, como queda dicho, una tarea relevante en su labor. Por este motivo, para la realización del presente trabajo preliminar, enmarcado en el proyecto autonómico XESCOM, Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación, se ha escogido como universo de estudio los profesores e investigadores del ámbito de la comunicación del sistema universitario gallego, entendiéndose que su conocimiento de las diversas herramientas de comunicación empleadas en diferentes ámbitos, así como de la importancia de la comunicación para la difusión de una actividad, podría ser un aliciente para el empleo de plataformas como Academia.edu o ResearchGate.

De hecho, diversas investigaciones [6], [7], [8] señalan el uso destacado que los profesores de comunicación hacen ya de las redes sociales en el entorno docente, apuntando como causa de esto que para ellos las redes no sólo son una herramienta a su servicio como académicos, sino que además forman parte de su objeto de estudio.

Roses y Farias [9] constatan a mayores que los estudiantes universitarios “de letras” (humanidades, ciencias sociales y jurídicas), entre los que se encuentran los de comunicación, usan también en mayor medida las redes sociales con fines académicos que los “de ciencias” (ciencias experimentales, salud e ingeniería). Y no sólo las usan más, sino que además muestran una actitud más favorable hacia el uso académico de estas plataformas que los alumnos de ciencias.

Con pros, contras, muchos retos y también grandes oportunidades pendientes, como la de acabar con la redundancia y la duplicidad en la investigación, que señala Ijad Madisch, fundador de ResearchGate [10], las redes sociales académicas están actualmente en plena expansión y es tarea de los investigadores ir definiendo su espacio, perfeccionarlas e incorporarlas a su labor ordinaria, aprovechando las grandes oportunidades que ofrecen para el desarrollo científico.

## II. METODOLOGÍA Y MUESTRA

El primer paso de la presente investigación fue la acotación del universo de estudio, tanto en lo referido a individuos como a las redes objeto de análisis. En este sentido, se seleccionaron Academia.edu y ResearchGate como redes en las que centrar la investigación por su antigüedad y volumen de usuarios.

Academia.edu fue fundada en 2008 y cuenta, a principios de 2015 con más de 17 millones de usuarios registrados. ResearchGate fue fundada también en 2008 y tiene más de 6 millones de usuarios activos a comienzos del mismo año.

Desde el punto de vista cualitativo, Academia.edu y ResearchGate son también, en general, las principales redes académicas. En el ranking de redes sociales elaborado por Martorell y Canet [1] ambas ocupan los dos primeros puestos; ResearchGate se aproxima en un 84% a lo que para ellos sería el ideal de red social académica, mientras que Academia.edu lo hace en un 75%, idéntico valor al que se le asigna a Mendeley.

En cuanto a los individuos, optamos por establecer una delimitación geográfica manejable en un sistema universitario autonómico con un contexto social homogéneo. El sistema universitario gallego está formado por tres universidades públicas: Universidad de Santiago de Compostela (USC), Universidad de Vigo (UVigo) y Universidad de A Coruña (UDC). Las tres cuentan con alguno de los grados universitarios del ámbito de la comunicación (en la USC se imparten los grados en Periodismo y Comunicación Audiovisual, en la UVigo los de Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual y en la UDC el de Comunicación Audiovisual) y, por lo tanto, las tres cuentan con docentes del ámbito de la comunicación agrupados en todos los casos en áreas (o departamentos) de Comunicación Audiovisual y Publicidad o Periodismo.

La decisión de centrar nuestro análisis en este perfil de investigador se basa en su presencia en las tres universidades del sistema gallego y en que, la propia naturaleza de su área de investigación, sugiere un interés inherente en la comunicación pública de su trabajo, como ya se ha señalado anteriormente.

En total se analizó la presencia en estas dos redes de 101 docentes caracterizados según género (39 mujeres y 62 hombres), categoría (4 catedráticos, 28 titulares, 18 contratados doctores, 8 ayudantes doctores, un ayudante, 36 asociados, 4 interinos de sustitución, un titular de escuela universitaria y un becario de investigación), universidad (16 de la UCD, 41 de la USC y 44 de la UVIGO) y área (83 pertenecen al área de conocimiento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y 18 al área de Periodismo) de acuerdo con los datos publicados en las páginas web de cada universidad.

La ficha de análisis recoge la presencia o ausencia de cada investigador en Academia.edu y en ResearchGate y los principales datos disponibles en ambas plataformas: el número de *papers* colgados, el número de seguidores y de personas a las que siguen, el número de visitas a su perfil y consultas a los documentos disponibles, así como los datos de contacto disponibles. Al existir ciertas secciones específicas de una y otra red, que aportan datos interesantes pero no permiten establecer comparaciones entre ambas, optamos por incluirlas en la base datos, si bien su uso en esta investigación es limitado (como los índices de impacto propios de ResearchGate, en los que no podemos abundar debido a la necesaria concisión de este artículo).

Los datos se recopilaron en una única jornada el 27/01/2015.

### III. RESULTADOS

En términos generales la presencia de investigadores en Academia.edu es mucho mayor que en ResearchGate, si bien en ninguna de las dos podemos hablar de un uso generalizado; mientras que un 41,58% de los docentes tiene presencia en Academia.edu, solo el 27,72% la tiene en ResearchGate.

Si atendemos a los datos en función del sexo, teniendo en cuenta el número total de investigadores (62) y de investigadoras (39), cabría señalar que el 53,23% de los hombres no está en ninguna red, frente al 43,59% de las mujeres.

Sin embargo, la presencia en una red no es excluyente con respecto a la otra, por lo que debemos prestar atención también al número de investigadores con perfil en ambas, que supone un 18,81% del total, mientras que un 22,77% opta por Academia.edu de forma exclusiva y solo el 8,91% hace lo propio con ResearchGate. Los profesores sin perfil en ninguna de estas redes representan un 49,5% del total (Fig. 1).

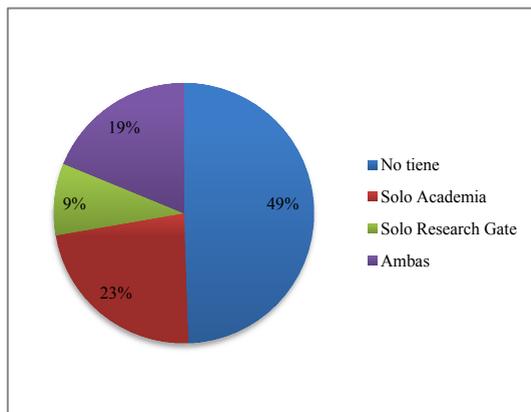


Figura 1: Investigadores con perfil en redes sociales académicas

En cuanto a los investigadores que están en las dos redes simultáneamente, lo hacen en mayor medida los investigadores del área de periodismo (38,89%) que los de comunicación audiovisual y publicidad (14,46%); las mujeres (23,08%) que los hombres (16,13%) y los docentes de la UDC (25%) que los de la UVigo (18,8%) y los de la USC (17,07%).

También cabe destacar que sólo una mujer utiliza ResearchGate de forma exclusiva, mientras que la presencia exclusiva en Academia.edu es significativamente mayor entre las mujeres (un 33,33% de ellas sólo emplea esta red) que entre los hombres (16,13%).

Estos matices en cuanto a la utilización de las redes por sexo se observan con claridad si se analiza el perfil de usuario de las mismas (Fig. 2). Del total de usuarios exclusivos de Academia.edu, un 56,5% son mujeres, mientras que de los investigadores que únicamente utilizan ResearchGate el 88,9%

son hombres. Así mismo, del total de investigadores sin presencia en redes los hombres representan el 66%.

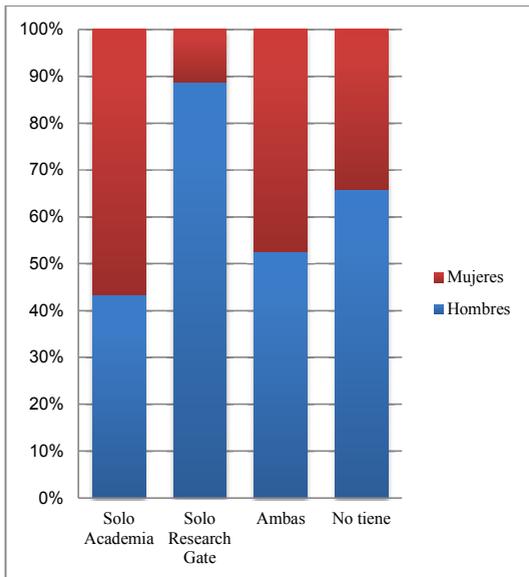


Figura 2: Perfil de usuarios por redes sociales y sexos

Si nos centramos únicamente en los docentes con presencia en alguna red, observamos que Academia.edu destaca por su índice de penetración general en las tres universidades, especialmente entre las investigadoras; en el caso de la UVigo y de la UDC el 100% de las investigadoras usaban de alguna red tiene perfil en Academia.edu, y también destacan en el uso simultáneo de ambas plataformas.

En el caso de los hombres las diferencias de uso entre redes son menores, si bien es destacable el uso preferente de ResearchGate entre los docentes de la UDC. El perfil de usuario de cada una de las redes en cuanto a sexo en el universo de estudio resulta claro en el caso de ResearchGate, con un 64,28% de hombres entre el total de sus usuarios (tengan o no presencia en Academia.edu), y más disputado en el caso de Academia.edu con un 52,38% de usuarias frente al 47,62% de hombres.

Por universidades (Fig. 3), si bien en términos absolutos es la Universidad de Vigo la que cuenta con mayor número de perfiles en Academia.edu (el 52,63% de los docentes con perfil en Academia.edu pertenecen a la UVigo) y con mayor número de usuarios de ambas redes simultáneamente (el 42,10% de los investigadores que realizan esta práctica pertenecen a la Universidad de Vigo), al comparar las cifras en clave interna en cada institución, es la Universidad de A Coruña la que cuenta con un mayor porcentaje de docentes usando las redes académicas de investigación con respecto a su cuadro de personal, mientras que la de Santiago es la que cuenta con una mayor proporción de investigadores sin presencia en ninguna de las dos redes analizadas.

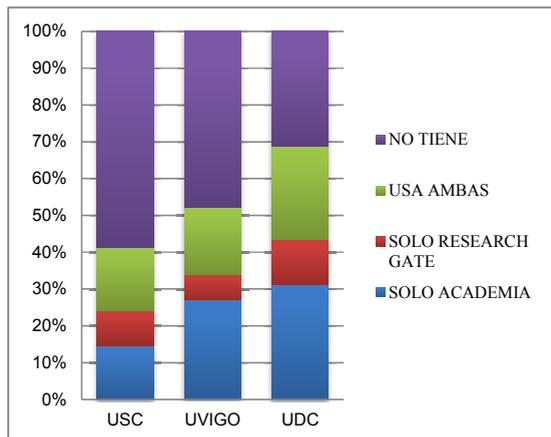


Figura 3: Uso de redes académicas por universidad con respecto a su cuadro de profesores

En cuanto al análisis de la presencia en redes por categoría profesional, los resultados están muy desvirtuados por la diferencia de número de individuos de cada una de ellas. Así, sólo existe un profesor ayudante en la muestra y emplea la plataforma, por lo que el porcentaje resultante es 100, aunque no es representativo.

Si limitamos el análisis a las categorías con más de 15 individuos en la muestra, observamos que contratados doctores y titulares mantienen una presencia en las redes ligeramente superior al dato medio, mientras que en el caso de los asociados, como parece lógico dado el carácter de su actividad, no necesariamente vinculada con la investigación, el uso se reduce notablemente.

En cuanto al número de publicaciones disponibles en ambas plataformas (tabla I), Academia.edu recoge un mayor volumen (321 frente a 286), como parece lógico al contar también con mayor presencia de investigadores con perfil; sin embargo es ResearchGate la que alberga un mayor promedio de publicaciones por investigador (10,21 frente a 7,64).

Por Universidades, la de Vigo se anota el mayor número de publicaciones en Academia.edu (149), pero es la de Santiago la que más destaca en conjunto, puesto que cuenta con 121 publicaciones en Academia.edu, 190 en ResearchGate (a gran distancia de las otras dos) y el mayor promedio de publicaciones por investigador en ambas plataformas (9,3 en Academia.edu y 17,27 en ResearchGate).

TABLA I. NÚMERO DE DOCUMENTOS TOTALES Y PROMEDIO DE DOCUMENTOS PUBLICADOS EN ACADEMIA.EDU Y RESEARCHGATE POR INVESTIGADOR, COMPUTANDO SÓLO LOS INVESTIGADORES CON PRESENCIA EN REDES

	ACADEMIA		RESEARCH GATE	
	Número	Promedio	Número	Promedio
<b>TOTAL</b>	<b>321</b>	<b>7,64</b>	<b>286</b>	<b>10,21</b>
Por Universidad				
UDC	51	5,67	40	6,66
USC	121	9,30	190	17,27
UVIGO	149	7,45	56	5,09
Por Género				
H	178	8,90	219	11,52
M	143	6,50	67	7,44
Por Área				
Aud. y Publ.	141	4,70	107	5,35
Periodismo	180	15,00	179	22,37

Un total de 14 investigadores de los 42 (un 33,33%) que tienen una cuenta en Academia.edu nunca han colgado un documento en la red, lo que indica una presencia “simbólica” e inútil a efectos de difusión de su trabajo. En el caso de ResearchGate, son 4 de 28 (un 14,29%) los que no han colgado ningún documento.

De los 19 investigadores con presencia en las dos redes, 11 cuentan con un mayor número de documentos en Academia.edu y 8 con un mayor número de documentos en ResearchGate (tabla II). La diferencia en el número de *papers* que un mismo investigador cuelga en una y otra red es muy variable, alcanzando un máximo de 30 documentos de diferencia. Ninguno ha colgado exactamente los mismos papers en las dos redes.

TABLA II. NÚMERO DE INVESTIGADORES POR RANGO DE DOCUMENTOS PUBLICADOS

	Del total de investigadores			Sólo investigadores en las dos redes		
	0 a 9	10 a 19	20 o +	0 a 9	10 a 19	20 o +
ACAD.	29	10	3	10	7	2
RG	17	8	3	7	5	3
				AMBAS	6	2

Por sexos son los hombres los que cuentan con un mayor volumen de publicaciones disponibles en ambas redes y también los que tiene un ratio más elevado de publicaciones por individuo. Si bien Academia.edu es la red que cuenta con un mayor número de publicaciones en total, en el caso particular de los hombres es ResearchGate la que reúne un mayor número de documentos.

El área de Periodismo considerada como conjunto en las tres universidades es la que tiene un mayor volumen de investigaciones colgadas en ambas redes, pese a su menor número de miembros; en consecuencia es también la que tiene el mayor ratio de publicaciones por individuo.

En cuanto a las categorías, ya explicamos que su elevado número con respecto al universo de individuos, unido al escaso volumen de integrantes en alguna de ellas, produce una cierta desvirtuación de los resultados, más que en cualquier otro elemento de análisis. Con respecto a las categorías con más individuos, sí resulta destacable el uso paralelo de ambas redes en el caso de los Titulares de Universidad por volumen de publicaciones y la preferencia de los Contratados Doctores por Academia.edu.

Cada una de las redes analizadas cuenta con numerosos indicadores de actividad y relevancia que permiten profundizar en el análisis más allá de la constatación de la presencia o ausencia de perfil de usuario, pero dada la necesaria concisión de este artículo, hemos decidido centrarnos en aquellos indicadores que ofrecen ambas plataformas, de modo que podamos establecer una comparación entre la actividad desarrollada en ambas.

Uno de los aspectos que hemos considerado indicador de actividad es el número de publicaciones (papers) disponibles en cada perfil, dato que ya hemos presentado en la tabla II, pero también resulta interesante el análisis del número de vistas de perfil (views), el número de seguidores (abreviado como Fwers. en la siguiente tabla) y el número de personas a las que se sigue (Fwing.) en cada red (tabla III).

TABLA III. INDICADORES DE ACTIVIDAD POR UNIVERSIDAD, GÉNERO Y RED SOCIAL (PROMEDIOS)

	ACADEMIA.EDU				RESEARCH GATE			
	Papers	Views	Fwers	Fwing	Papers	Views	Fwers	Fwing
GLOBAL	7,64	695,88	54,69	53,98	10,21	213,58	21,11	39,59
USC	9,31	696,00	97,08	120,08	17,27	314,74	43,00	83,55
UVIGO	7,45	682,05	44,62	31,77	5,09	142,00	6,45	10,64
UDC	5,67	726,44	21,67	17,67	6,67	159,33	7,83	11,83
Mujeres	6,50	578,14	35,45	23,68	7,90	202,90	9,50	10,90
Hombres	8,90	825,40	75,85	87,30	11,50	219,51	27,56	55,44

A pesar de que el uso de Academia.edu es predominante en el universo estudiado en cuanto a volumen de usuarios, el promedio de publicaciones disponibles por perfil es considerablemente mayor en ResearchGate, si bien es consecuencia de la actividad de un único investigador que altera considerablemente los resultados en este aspecto en el promedio general, en el de universidades (USC) y en el promedio por género (hombres). En el resto de apartados estudiados como indicadores de actividad en cada red, Academia.edu muestra un mayor volumen de visitas a los perfiles de los usuarios y una mayor actividad de seguimiento entre pares que el de ResearchGate, y esto se reproduce en los indicadores de cada universidad y de cada género.

Por universidades, es la USC la que registra una mayor actividad en cuanto a cifras de seguidores y seguidos por perfil y en número de visitas en ambas redes, si bien es la UDC la que tiene un promedio mayor en Academia.edu.

Con respecto a los sexos, los hombres tienen una mayor actividad en ambas plataformas: mayor promedio de publicaciones por perfil, mayor número de seguidores, mayor número de seguidos y mayor número de visitas.

#### IV. CONCLUSIONES

Prácticamente la mitad de los docentes del ámbito de la comunicación del sistema universitario gallego no utiliza ninguna de las dos redes sociales académicas más extendidas, Academia.edu y ResearchGate.

Estableciendo comparaciones entre ambas redes, se observa que la penetración de Academia.edu es mayor que la de ResearchGate y que, además, en la primera red se generan más visitas y una mayor actividad de seguimiento entre investigadores, lo que indica una preferencia de los académicos por esta red.

Se observan también diferencias de uso de las redes atendiendo al sexo de los investigadores. El porcentaje de mujeres con presencia en alguna de las redes es mayor que el de hombres. Sin embargo, los hombres cuelgan más documentos, sus perfiles reciben más visitas, tienen más seguidores y siguen, a su vez, a más investigadores. Atendiendo a los resultados por redes, se comprueba que las mujeres prefieren claramente Academia.edu, mientras que la presencia de los hombres es parecida en ambas herramientas.

Por otra parte, un tercio de los investigadores presentes en Academia.edu y una séptima parte de los presentes en ResearchGate no han colgado ningún documento en la red en la que han creado su perfil. La mera curiosidad o el interés por conocer estas nuevas herramientas, más que la intención de obtener de ellas un rendimiento en términos de difusión, podría apuntarse como motivación de los usuarios que crean perfiles que posteriormente no alimentan. Pero, en estos casos, el número de visitas y de seguidores es muy escaso, por lo que la presencia del investigador en la red académica se convierte en algo meramente testimonial, con escaso efecto sobre la visibilidad de sus resultados de investigación o sobre el número de citas de sus trabajos.

Por último, cabría destacar que, por lo general, los investigadores con presencia en las dos redes, entre los que hay más mujeres que hombres, no cuelgan en ambas el mismo número de documentos, lo que descarta un uso claramente organizado y planificado de estas herramientas.

De estos resultados se desprende, por tanto, que el aprovechamiento de las potencialidades de las redes sociales académicas por parte del universo estudiado es escaso. En este sentido, parece especialmente importante incentivar la exploración y correcta explotación de estos instrumentos en un ámbito como el de la comunicación, en el que tanto revistas como investigadores necesitan mejorar su visibilidad y su número de citas para alcanzar los estándares que se manejan en otras áreas de conocimiento.

No obstante, entre las limitaciones del estudio se encuentra la imposibilidad de establecer un marco comparativo para los datos aportados, dado que por el momento existen pocas publicaciones centradas en el objeto de análisis elegido para esta investigación. Así, como futuras líneas de investigación, se podrían plantear estudios que permitan comparar los resultados de este trabajo con los de la utilización de estas redes en otros ámbitos, tanto geográficos como académicos, para poder valorar adecuadamente las cifras expuestas y para comprobar si las tendencias identificadas son generalizadas o específicas del universo analizado.

#### AGRADECIMIENTOS

Esta comunicación forma parte de las investigaciones desarrolladas por el grupo de investigación NECOM: Neurocomunicación, Publicidad y Política de la Universidad de

Vigo y por la Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación (R2014/026 XESCOM), coordinada por el grupo Novos Medios de la Universidad de Santiago de Compostela, conjuntamente con la participación de los grupos IMARKA de A Coruña y MILE de Vigo, así como investigadores de las Universidades Fernando Pessoa, Departamento de Linguas e Literaturas Modernas de Açores y Centro de Estudos da Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho en Portugal, del Grupo Medios y Sociedad de la Autónoma de Tamaulipas en México y de las Escuelas de Comunicación de las Universidades Técnica Particular de Loja y Pontificia Católica sede de Ibarra de Ecuador. Con estas dos últimas Universidades (PUCESI y UTPL) de Ecuador la Red XESCOM participa en el Programa Prometeo de SENESCYT.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] Martorell Fernández, S. y Canet Centellas, F. (2013). Investigar desde internet: Las redes sociales como abertura al cambio. *Historia y Comunicación Social*, 18 (nov.), 663-675.
- [2] Campos Freire, F., Rivera Rogel, D. y Rodríguez, C. (2014). La presencia e impacto de las universidades de los países andinos en las redes sociales digitales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 571-592. Disponible en: [http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1025\\_USC/28es.html](http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1025_USC/28es.html)
- [3] Cabezas-Clavijo, Á., Torres-Salinas, D. y Delgado-López-Cózar, E. (2009). Ciencia 2.0: catálogo de herramientas e implicaciones para la actividad investigadora. *El profesional de la información*, 18(1), 72-79.
- [4] Codina, L. (2009). *Ciencia 2.0: Redes Sociales y Aplicaciones en Línea para Académicos* (en línea). Hipertext.Net, 7. Universitat Pompeu Fabra. Disponible en: <http://www.upf.edu/hipertextnet/Numero-7/Ciencia-2-0.html>
- [5] Merlo Vega, J.A. (coord.), Ferreras Fernández, T., Galle León, J.P., Agosto Castro, A., Maestro Cano, J.A. y Ribes Llopes. (2010). *Ciencia 2.0: aplicación de la web social a la investigación* (en línea). Madrid: REBIUM. Disponible en: [https://www.Academia.edu/375082/Ciencia\\_2\\_0\\_aplicaci%C3%B3n\\_de\\_la\\_web\\_social\\_a\\_la\\_investigaci%C3%B3n](https://www.Academia.edu/375082/Ciencia_2_0_aplicaci%C3%B3n_de_la_web_social_a_la_investigaci%C3%B3n)
- [6] Túniz, M. y Sixto, J. (2012). Las redes sociales como entorno docente: Análisis del uso de Facebook en la docencia universitaria. *Pixel-Bit, Revista de Medios y Educación*, nº 41, 77-92. Disponible en: <http://acdc.sav.us.es/pixelbit/images/stories/p41/06.pdf>
- [7] Mendiguren, T., Meso, K. y Pérez, J.A. (2012). El uso de las redes sociales como guía de autoaprendizaje en la Facultad de Comunicación de la UPV-EHV. *Comunicación Social*, 6, 107-122. Disponible en: <http://iesgtballester.juntaextremadura.net/web/profesores/tejuelo/vinculo/articulos/mon06/07.pdf>
- [8] Subires, P. y Olmedo, S. (2013). Universidad, sociedad y networking: perspectivas ante el uso de las redes sociales de perfil académico profesional. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 1037-1047. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/42188>
- [9] Roses, S., Gómez Aguilar, M. y Fariás, P. (2013). Uso académico de redes sociales: análisis comparativo entre estudiantes de Ciencias y de Letras. *Historia y Comunicación Social*, 18 (dic.), 667-678.
- [10] Becerra, V. (2013). *ResearchGate, una red social para la comunidad científica* (en línea). Disponible en: <https://arvisual.net/blog/researchgate-una-red-social-para-la-comunidad-cientifica/>