

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

G Valerio-Ureña, D Herrera-Murillo (2017): “Redes sociales en línea como canal de comunicación de las revistas académicas abiertas”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 1.341 a 1.350.

<http://www.revistalatinacs.org/072paper/1222/72es.html>


DOI: [10.4185/RLCS-2017-1222](https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1222)

Redes sociales en línea como canal de comunicación de las revistas académicas abiertas

Online social networks as a communication channel for open access journals


Gabriel Valerio-Ureña [[CV](#)] Profesor Investigador. Tecnológico de Monterrey (México).
<mailto:gvalerio@itesm.mx>

[ORCID  <http://orcid.org/0000-0002-4446-6801>]

[ <http://scholar.google.es/citations?user=P8WWrDEAAAAJ&hl=es>]

Dagoberto José Herrera-Murillo [[CV](#)] Investigador. Universidad Libre de Bruselas (Bélgica).
dherrera@ulb.ac.be

[ORCID  <http://orcid.org/0000-0002-4227-4937>]

[ http://scholar.google.com/citations?user=v_LuUjwAAAAJ&hl=en]

Abstracts

[ES] **Introducción:** el conocimiento científico es esencial para el desarrollo. Las revistas de acceso abierto y las redes sociales en línea (RS) tienen el potencial de facilitar su acceso. Esta investigación tuvo por objetivo analizar en qué medida las revistas de acceso abierto están usando las RS como canales de comunicación. **Metodología:** de naturaleza cuantitativa, se utilizó el concepto de métodos digitales para analizar 3,448 revistas abiertas indizadas en Scopus. **Resultados y conclusiones:** A) el 14.4% de las revistas tienen un perfil propio de redes sociales vinculada a su sitio Web oficial; B) hay una diferencia significativa en la tenencia de perfiles de redes sociales y volumen de seguidores sociales de las revistas de primer cuartil (Q1) en comparación al resto de las revistas. Esto permite reconocer un área de oportunidad en el uso de las RS y las revistas de acceso abierto, como herramientas facilitadoras del conocimiento científico.

[EN] **Introduction:** scientific knowledge is essential for development; open access journals and online social networks are potential enablers for its access. The objective of this research was to analyze to what extend open access journal are using social media tools as communication channels. **Method:** from a quantitative approach, 3,448 open access journals indexed on Scopus. **Results and conclusions:** A) 14.4% of journals has at least one online social network profile linked with its official

Website; B) there is a significant difference between the proportion of first quartile journals (Q1) using online social networks and the rest of journals (Q2, Q3 and Q4). First quartile journals also report a larger number of social followers. These results allow us to identify an important opportunity area around using online social networks and open access journals as scientific knowledge disseminator tools.

Keywords

[ES] redes sociales; revistas de acceso abierto; producción científica; métodos digitales; ranking de revistas; *scraping*.

[EN] online social networks; open access journals; scientific production; digital methods; journals rankings; *scraping*.

Contents

[ES] 1. Introducción y estado de la cuestión. 2. Metodología. 3. Análisis y resultados. 4. Discusión y conclusiones. 5. Limitaciones y estudios futuros. 6. Bibliografía.

[EN] 1. Introduction and literature review. 2. Methodology. 3. Results and analysis. 4. Discussion and conclusions. 5. Limitations and future research. 6. Bibliography.

Traducción de ENACO

1. Introducción y estado de la cuestión

El conocimiento se ha convertido en una ventaja competitiva de naciones, organizaciones y personas (Bernal, Frost & Sierra, 2014). Vivimos en una sociedad donde el acceso a la información y el conocimiento es vital para la innovación y el desarrollo económico de los individuos, las empresas y las naciones. En las últimas décadas Internet trajo nuevas opciones en la generación, almacenamiento e intercambio de conocimiento. A partir del final del siglo pasado, varios autores (Tapscott, 1997; Drucker, 1998; Castells, 2001; Estefanía, 1996; Suárez, 2001) coincidieron en identificar a las tecnologías de información y comunicaciones (TICs) como las grandes impulsoras de la llamada sociedad basada en el conocimiento. Asimismo, coincidieron en que el conocimiento, y no la fuerza bruta, es el principal factor de producción en esta economía y que el fenómeno de la globalización es una de sus manifestaciones.

Para las Naciones Unidas (Wolfensohn, 2000), la información juega un rol de liderazgo en el mundo económico, comparable a lo que fueron los factores de producción en el pasado, tales como el vapor o la electricidad. Dado que la información es el insumo básico para generar conocimiento, en esta economía se pone un gran énfasis no sólo en su creación y uso, sino también en su difusión; de allí la importancia de las tecnologías de información y comunicaciones.

Aunque las redes y las relaciones sociales son tan antiguas como la humanidad, en la actualidad alcanzan una nueva dimensión organizativa social, cultural y política en el ambiente tecnosocial de la era digital (Rheingold, 2004). La velocidad de producción de la información y la variedad de áreas de conocimiento necesarias para realizar actividades productivas, dan a las redes sociales digitales un gran potencial (Valerio y Valenzuela, 2011).

Herramientas sociales como Facebook, Twitter y YouTube son algunos ejemplos de aplicaciones con una gran integración en la sociedad actual (Osterrieder, 2013). Según Area-Moreira y Ribeiro-Pessoa (2012), Internet, y especialmente la Web 2.0, ha trastocado las reglas de juego en la elaboración, distribución y consumo de la cultura; las publicaciones impresas, las salas cinematográficas, los discos,

las fotografías, y demás objetos, están desapareciendo. Diariamente millones de personas hacen uso de estas redes sociales principalmente en actividades de recreación. Su capacidad para facilitar la diseminación de la información también las convierte en una herramienta de primer nivel para fines profesionales, entre los que se puede incluir el quehacer científico. Si son bien utilizadas, las herramientas sociales pueden ser aliadas importantes para la difusión de la producción intelectual de los académicos (Osterrieder, 2013; Bik & Goldstein, 2013; Darling, Shiffman, Côté, & Drew, 2013).

Dado el gran volumen de literatura científica, la capacidad de identificar de forma rápida información relevante mejorará dramáticamente el progreso científico (Lawrence, s/f). Las TIC han favorecido la transformación de los mecanismos de producción, almacenamiento, difusión y acceso a la información (Area-Moreira & Ribeiro-Pessoa, 2012). Sin embargo, el consumo de los artículos científicos no solo depende de las tecnologías que permitan su difusión, también depende en gran medida de tener acceso a las revistas especializadas.

Además del problema de la abundancia, el sistema tradicional de publicación presenta el obstáculo de las políticas de precios (Nazim & Husain, 2013). Un gran porcentaje del público en general no tiene suscripciones a dichas publicaciones. Las revistas de acceso abierto representan una potencial solución ante este problema. Este sistema promete grandes ventajas para los investigadores, las instituciones educativas y las bibliotecas, particularmente aquellas que tienen recursos económicos limitados (Nazim & Husain, 2013).

El acceso abierto es una literatura académica digital, en línea, gratuita y libre de la mayoría de los derechos de autor y las restricciones de licenciamiento. Esto permite que el conocimiento académico esté disponible para cualquier persona, en cualquier lugar, mientras tenga una conexión a Internet. El acceso abierto extiende el conocimiento académico más allá de la academia y lo pone a disposición de todos los sectores (Morrison, 2009; Max Planck Society-Berlin Declaration, 2003; Gul, Shah, & Nisa, 2014; Open Society Institute-Budapest Open Access Initiative, 2002).

El cambio de las revistas académicas a modo de acceso abierto ha ido en aumento debido a los numerosos beneficios asociados con ella. Su propio éxito les ha forzado a experimentar con nuevas e innovadoras tecnologías (Gul, Shah, & Nisa, 2014; Hall, De Roure, & Shadbolt, 2009). Cada vez más las agencias patrocinadoras, como la Comisión Europea, exigen, además de las actividades de divulgación, publicaciones de acceso abierto. Esto normalmente incluye publicaciones científicas. Ante esa situación, el uso de las herramientas sociales en las actividades de divulgación tendrá importancia cada vez mayor, dada su habilidad para compartir contenidos con otros (Osterrieder, 2013).

A pesar de las ventajas del acceso abierto, encontrar un artículo en particular depende en gran medida de los esfuerzos que realice el usuario final a través de la búsqueda activa (Eysenbach, 2008; Allen *et al.*, 2013). El impacto de la investigación depende primordialmente de qué tan bien se diseminan las publicaciones (artículo en revistas, conferencias, libros) al usuario final (Allen *et al.*, 2013).

Las investigaciones sobre el proceso de difusión del conocimiento científico sugieren que, sin importar la audiencia, los procesos pasivos son más ineficientes que los procesos activos. Según estas investigaciones, la interacción entre los investigadores y sus audiencias es importante para explicar por qué algunas investigaciones son usadas más que otras (Lavis *et al.*, 2003). Por ello, la popularización de las herramientas sociales tales como Facebook y Twitter les ha posicionado como herramientas fundamentales para la diseminación de información (Allen *et al.*, 2013).

Es importante mencionar que no todos los *journals* gozan del mismo nivel de reputación. Según Salvador-Oliván y Agustín-Lacruz (2015), la calidad de una revista se mide a través de indicadores de popularidad y prestigio, donde se pueden mencionar factores como los hábitos de citación y el tamaño de la comunidad científica. De acuerdo con Rúas-Araújo, Campos-Freire y Puentes-Rivera (2016, p. 1191), “las bases de datos bibliográficas surgen de la gestión concentrada de los catálogos de revistas

científicas y especializadas para su comercialización directa a las universidades y bibliotecas de todo el mundo”. Según estos autores, los dos grupos más influyentes son Thomson Reuters (WOS) y Elsevier (Scopus). Aunque WOS llegó primero, Scopus mantiene una base de datos más representativa, al tener mayor cobertura de las revistas científicas y una mayor amplitud geográfica (Aguado-López *et al.*, 2014).

Con la mancuerna entre las herramientas sociales y los contenidos abiertos, el potencial de acceso a las revistas de calidad académica reconocida se multiplica. Dada su gran uso, redes sociales en línea, como Facebook y Twitter, son excelentes diseminadores de contenidos (Procter *et al.*, 2010; Gul, Shah, & Nisa, 2014). Sin embargo, a pesar del potencial que tienen estas herramientas como canales de distribución de contenidos de acceso abierto, no se sabe a ciencia cierta en qué medida ese potencial es aprovechado. Ante esa situación, uno de los objetivos de esta investigación fue analizar el uso de las redes sociales en línea por parte de las revistas científicas abiertas incluidas en Scopus.

2. Metodología

El estudio pretende analizar el potencial de las redes sociales digitales como canal de comunicación para las revistas abiertas. Dada la naturaleza de dicha cuestión, se planteó un estudio de corte cuantitativo que permitiera medir la presencia de las revistas académicas abiertas en las plataformas de redes sociales digitales. Dentro del concepto de presencia se incluyó tanto la existencia o ausencia de cuentas de redes sociales oficiales, como el volumen de seguidores de dichos sitios.

Las preguntas de investigación que guiaron este estudio fueron:

1. ¿Cuál es la presencia de las revistas académicas abiertas en las plataformas de redes sociales digitales?
2. ¿Existe asociación entre la calidad académica de la revista y su presencia en plataformas de redes sociales digitales?

Esta investigación se fundamenta en el concepto de métodos digitales. Rogers (2015) define los métodos digitales como las técnicas para el estudio de fenómenos sociales y culturales a través de los datos disponibles en la Web. Dichas técnicas hacen uso de objetos digitales como sitios Web, URLs, hipervínculos, *tags*, *likes*, *tweets*, entre muchos otros artefactos que son originarios de las diversas plataformas de Internet (manejadores de contenido, blogs, sitios de redes sociales, buscadores, directorios). Al describir el papel de los métodos digitales en la investigación llevada a cabo en la Web, Rogers hace una distinción entre los métodos nativos y digitalizados. Los primeros nacieron explícitamente para manipular objetos digitales, tal es el caso de técnicas como *crawling*, *scraping* y *clouding*. Mientras que los segundos implican la importación al medio digital de métodos de las ciencias sociales y humanidades, como entrevistas, encuestas y observaciones participativas.

La presente investigación utilizó intensivamente la técnica llamada Web *scraping* para la captura de datos en línea (Marres & Weltevrede, 2013). Las páginas Web modernas tienen una estructura jerárquica subyacente conformada de etiquetas. Dicha estructura permite automatizar la recolección de datos a través de una secuencia de comandos ejecutados por un programa. Generalmente, los datos se encuentran en forma de patrones como listas o tablas. En las dos preguntas de investigación se identificaron objetos digitales de interés, concretamente: enlaces a sitios de redes sociales digitales y conteo de seguidores en dichas cuentas. Todos los datos utilizados en el análisis fueron recolectados durante el mes de mayo de 2017.

3. Análisis y resultados

1. ¿Cuál es la presencia de las revistas académicas abiertas en las plataformas de redes sociales digitales?

La lista de revistas académicas analizadas proviene del directorio de la base de datos bibliográfica Scopus (s/f), se seleccionaron únicamente aquellas publicaciones con estatus activo hasta la última actualización disponible (octubre 2016). Dicho directorio proporciona información exhaustiva sobre cada revista, que incluye detalles como editorial, área temática y región geográfica. Para identificar las direcciones URL de cada revista se recurrió a la información proveniente de Scopus, SCImago (s/f) y el directorio de revistas de acceso abierto DOAJ (s/f). Posteriormente, se utilizó una plataforma de *scraping* que procesó las URL para identificar enlaces en sitios de redes sociales. Finalmente, se llevó a cabo una revisión manual de los enlaces sociales para discriminar si apuntaban a perfiles de las revistas u otros tipos de fuente.

Como indicador de calidad académica se utilizó el ranking de revistas académicas SJR 2015, elaborado por el grupo de investigación SCImago. Dicho ranking agrupa a las revistas en cuartiles en función de su calidad e impacto, siendo el primer cuartil el de mejor posicionamiento.

Tabla 1. Presencia de las revistas académicas abiertas en las plataformas de redes sociales digitales

	n/N	% Total	% Twitter	% Facebook	% Google+	% YouTube	% LinkedIn	% Instagram	% Pinterest
Revistas con alguna red social	1236/3448	36.6%	31.0%	31.9%	13.5%	11.5%	17.3%	1.0%	1.2%
Revistas con redes sociales propias									
Totales	495/3448	14.4%	10.9%	7.8%	0.8%	0.1%	0.5%	0.1%	0.1%
Cuartil SJR 2015									
Q1	164/641	25.6%	23.1%	11.7%	1.9%	0.5%	0.5%	0.3%	0.2%
Q2	125/897	13.9%	9.9%	7.7%	0.3%	0.1%	0.3%	0.0%	0.0%
Q3	110/1074	10.2%	7.1%	6.3%	0.7%	0.0%	0.6%	0.2%	0.1%
Q4	65/654	9.9%	6.6%	6.1%	0.6%	0.0%	0.5%	0.0%	0.2%
Sin categorizar	32/181	17.1%	11.6%	9.4%	0.6%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%
Región									
África	13/51	25.5%	21.6%	2.0%	0.0%	0.0%	2.0%	0.0%	0.0%
América del Norte	81/428	18.9%	15.7%	11.2%	1.4%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
América Latina	67/461	14.5%	7.8%	12.6%	0.2%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%
Europa del Este	35/447	7.8%	4.5%	5.8%	0.4%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%
Europa del Oeste	236/1192	19.8%	16.6%	7.8%	1.0%	0.5%	0.3%	0.2%	0.1%
Medio Este	17/321	5.3%	3.7%	2.8%	0.6%	0.0%	0.9%	0.3%	0.0%
Región Asiática	37/430	8.6%	6.3%	7.0%	0.9%	0.0%	0.5%	0.0%	0.2%
Región Pacífico	8/116	6.9%	5.2%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Sin categorizar	1/2	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Área temática									
Ciencias de la vida	158/946	16.7%	14.2%	7.7%	1.4%	0.1%	0.5%	0.1%	0.0%
Ciencias sociales	134/920	14.6%	9.8%	9.1%	0.7%	0.2%	0.4%	0.2%	0.1%
Ciencias físicas	138/1018	13.6%	10.7%	6.0%	0.4%	0.0%	0.4%	0.1%	0.0%
Ciencias de la salud	199/1313	15.2%	11.7%	8.4%	0.8%	0.1%	0.5%	0.1%	0.2%
General	4/28	14.3%	7.1%	14.3%	3.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Promedio de seguidores en cuentas activas (D. Estándar)			3,332 (8,776)	5,032 (15,009)	454 (818)	554 (751)	267 (213)	137 (82)	1,706 (2,494)

La Tabla 1 muestra la presencia de las revistas académicas en siete plataformas de redes sociales digitales (Twitter, Facebook, Google+, YouTube, LinkedIn, Instagram, Pinterest). La fila llamada “Revistas con alguna red social” muestra si el sitio Web de la revista contiene enlaces hacia algún perfil en las plataformas mencionadas, independientemente de si se trata de un perfil de la revista, editoriales, organismos internacionales, centros de investigación, universidades o investigadores. Poco más de una tercera parte de las revistas están conectadas a estos sitios, la mayoría de estos enlaces corresponden a Facebook y Twitter.

La segunda sección de la tabla describe la distribución de enlaces a sitios de redes sociales dedicados exclusivamente a la revista respectiva y el posterior desglose de los mismos en función del cuartil de SJR 2015, la región y el área temática de la revista (una misma revista puede caer en varias áreas temáticas).

Finalmente, la última línea de incorpora el promedio del número de seguidores de las cuentas activas de las revistas en cada una de las plataformas monitoreadas para mayo de 2017. En promedio las cuentas de Facebook y Twitter son las que reciben mayor seguimiento del público de las revistas.

2. ¿Existe asociación entre la calidad académica de la revista y su presencia en plataformas de redes sociales digitales?

La prueba de independencia chi-cuadrada indicó la existencia de una asociación estadísticamente significativa entre el cuartil al que pertenece una revista y si esta dispone o no de algún perfil en redes sociales digitales $\chi^2(4, N=3,447) = 92.473, p<0.0001$. La mayor parte de esta desviación se debe a que las revistas del primer cuartil reportan una mayor propensión relativa a tener un perfil en esas plataformas.

Posteriormente se analizaron de forma exclusiva aquellas revistas que tuvieran algún perfil en redes sociales. La idea era comparar el efecto del cuartil sobre el total de seguidores sociales de las revistas en las plataformas monitoreadas hasta mayo de 2017. El resultado mostró la presencia de un efecto significativo $F(4,494) = 5.63, p<0.0001$. A continuación, se realizaron comparaciones múltiples con el método LSD de Fisher (Tabla 2) sobre la media de seguidores sociales. Según las comparaciones, el primer cuartil (Q1) tiene un número de seguidores significativamente mayor que el que se puede atribuir a los cuartiles más bajos. La media de estos últimos se concentró en una misma agrupación.

Cuartil	N	Media de seguidores sociales	Agrupación
Q1	164	19,959	A
Q4	65	8,752	B
Q3	110	5,654	B
Q2	125	5,083	B
Sin categorizar	32	4,848	B

Nota: Las medias que no comparten letra en la columna de agrupación son significativamente diferentes con un nivel de confianza del 95%

4. Discusión y conclusiones

Los resultados de este estudio muestran que aún hay un porcentaje considerable de revistas de acceso abierto indizadas en Scopus que no han incursionado en los nuevos canales de comunicación social

digital. Un poco más de un tercio de ellas (36%) tiene conexión a un perfil de alguna de las redes sociales analizadas (Twitter, Facebook, Google+, YouTube, LinkedIn, Instagram y Pinterest) y menos del 15% del total de las revistas tiene un perfil propio (el resto de los perfiles están asociados a entidades vinculadas a la revista, como la compañía editorial que la produce o la universidad que la alberga). Si bien las herramientas que se estudian en el trabajo de Gul y sus colegas (2014) no son las mismas que las analizadas en esta investigación (ellos incluían herramientas como el protocolo RSS), los resultados son bastantes similares. Gul y sus colegas, después de analizar la categoría de Revistas de Agricultura y Ciencias Alimentarias de la base de datos de DOAJ (N=381), encontraron que sólo el 35.75% de las revistas hacían uso de alguna herramienta Web 2.0. Sin embargo, la herramienta más utilizada era el protocolo RSS y el uso de redes sociales como Facebook y Twitter era más bien marginal. Por otro lado, Haustein *et al.* (2014), encontraron que menos del 10% de los artículos publicados entre 2010 y 2012 en PubMed habían sido mencionados en Twitter.

Como en la investigación de Gul, Shah y Nisa (2014), en esta investigación se encontró que Facebook y Twitter son también las redes sociales en línea más utilizadas por las revistas de acceso abierto indizadas en Scopus en los tres niveles analizados: enlace a la red social, tenencia de una cuenta propia de la red social y número promedio de seguidores. Un porcentaje mucho más bajo de revistas hacen uso del resto de redes sociales monitoreadas. La distribución de esta preferencia de uso probablemente responde a factores como el número de usuarios de la red social específica, la familiaridad en su uso y el tipo de contenido en el que especializa la red social.

Se encontró que aproximadamente una cuarta parte de las revistas del primer cuartil (Q1) disponen de un perfil propio en alguna de las distintas redes sociales, por encima de los cuartiles más bajos (Q2=13.9%, Q3=10.3 y Q4=9.9%). Es probable que la explicación de la mayor tenencia de perfiles propios de redes sociales en línea por las revistas de primer cuartil responda a una mayor profesionalización de las mismas. A pesar de las críticas alrededor del sistema de clasificación de los *journals* en los respectivos rankings, éstos siguen siendo fundamentales dado que suelen ser usados para medir la calidad de la investigación realizada y, por tanto, la asignación de fondos económicos (Rosenstreich & Wooliscroft, 2012).

En términos de región, de acuerdo a la tenencia de una cuenta propia de alguna red social, se aprecian dos grupos distintos. Entre los que tienen mayor tenencia están: África (25.5%), Europa del Oeste (19.8%), América del Norte (18.9%) y América Latina (14.5%) y; las de menor tenencia son: Región Asiática (8.6%), Europa del Este (7.8%), Región Pacífico (6.9%) y Medio Este (5.3%). Es probable que los aspectos culturales de las distintas regiones expliquen, en gran medida, los niveles de adopción de las redes sociales en línea.

Por otro lado, en las áreas de conocimiento que cubren las distintas revistas no se encontraron diferencias relevantes en la tenencia de las redes sociales en línea. Se encontraron niveles similares en su adopción en las cuatro áreas analizadas. Cabe aclarar que en esta investigación solo se analizó la posible asociación entre las distintas categorías de conocimiento y los niveles de uso de redes sociales. Aunque no existe diferencia significativa entre los niveles de uso, cabe la posibilidad de haya diferencias en la forma en que estas redes sociales son utilizadas por las revistas de las distintas áreas de conocimiento. Holmberg y Thelwal (2014) y Haustein *et al.* (2014), encontraron que existen diferencias importantes en la forma en las distintas disciplinas utilizan Twitter. En el estudio de Holmberg y Thelwal, por ejemplo, encontraron que los investigadores del área de bioquímica hacen *retweets* substancialmente más que los investigadores de las otras disciplinas; los investigadores de humanidades digitales y ciencia cognitiva participan en más conversaciones y; los investigadores del área de economía compartían más links que el promedio.

En términos generales, el estudio permite reconocer que existe un área de oportunidad en la adopción de redes sociales digitales como canales de comunicación y divulgación del conocimiento científico

por parte de las revistas académicas abiertas. Esta conclusión se deriva del hecho de que todavía existe un margen considerable de crecimiento en lo que respecta a la tenencia de cuentas sociales, y también porque son las revistas de mayor calidad académica las que más están penetrando y las que reciben mayor seguimiento en las plataformas sociales. Si bien es cierto, los resultados actuales no son suficientes para establecer la naturaleza exacta de una posible relación de causalidad entre la calidad académica de los journals y su presencia digital.

5. Limitaciones y estudios futuros

Tal y como sostiene Rogers (2015), una de las principales limitaciones asociadas al estudio de los entornos web es la volatilidad de los mismos y el carácter efímero de muchos objetos digitales. En el contexto particular, ello implica la necesidad de monitorear de forma continua la presencia digital de las revistas académicas. También sería valioso explorar en detalle los patrones específicos de comunicación empleados por las revistas en las redes sociales: frecuencia de uso, formatos de publicación, métricas de *engagement* e impacto con los seguidores sociales y uso de lenguaje divulgativo vs lenguaje científico.

6. Bibliografía

- Aguado-López, E., Becerril-García, A., Arriola, M. L. & Martínez-Domínguez. (2014): “Iberoamérica en la ciencia de corriente principal (Thomson Reuters/Scopus): una región fragmentada”. *Interciencia*, 39(8), 570-579. Disponible en el vínculo: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33931820006>
- Allen, H. G., Stanton, T. R., Pietro, F. D. & Moseley, G. L. (2013): “Social Media Release Increases Dissemination of Original Articles in the Clinical Pain Sciences”. *PLoS One*, 8(7). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0068914>
- Area-Moreira, M. & Ribeiro-Pessoa, M. T. (2012): “From Solid to Liquid: New Literacies to the Cultural Changes of Web 2.0”. *Comunicar*, 19(38), 13–20. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-01>
- Bernal, C. Frost, J. & Sierra, H. (2014): “Importancia de la gerencia del conocimiento: contrastes entre la teoría y la evidencia empírica”. *Estudios Gerenciales*, 30(130), 65–72. Disponible en el vínculo: https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/1766
- Bik, H. M. & Goldstein, M. C. (2013): “An Introduction to Social Media for Scientists”. *PLOS Biology*, 11(4). <https://doi.org/10.1371/journal.pbio.1001535>
- Castells, M. (2001): “La ciudad de la nueva economía”. *Papeles de Población*, 7(27), 207-221. Disponible en el vínculo: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11202708>
- Darling, E., Shiffman, D., Côté, I. & Drew, J. (2013): “The role of Twitter in the life cycle of a scientific publication”. *Ideas in Ecology and Evolution*, 6(1). <https://doi.org/10.7287/peerj.preprints.16v1>
- DOAJ. (s/f): “Directory of Open Access Journals”. Disponible en el vínculo: <https://doaj.org> (Consultado el 28/05/2017)
- Drucker, P. F. (1998): *La sociedad postcapitalista*. Barcelona: Ediciones Apóstrofe.
- Estefanía, J. (1996): *La Nueva Economía: La globalización*. Madrid: Debate Editorial.

- Eysenbach, G. (2008): “Medicine 2.0: Social Networking, Collaboration, Participation, Apomediation, and Openness”. *Journal of Medical Internet Research*, 10(3).
<https://doi.org/10.2196/jmir.1030>
- Gul, S., Shah, T. A. & Nisa, N. T. (2014): “Emerging Web 2.0 applications in open access scholarly journals in the field of agriculture and food sciences”. *Library Review*, 63(8/9), 670–683.
<https://doi.org/10.1108/LR-05-2013-0060>
- Hall, W., De Roure, D. & Shadbolt, N. (2009): “The evolution of the Web and implications for eResearch”. *Philosophical Transactions. Series A, Mathematical, Physical, and Engineering Sciences*, 367(1890), 991–1001. <https://doi.org/10.1098/rsta.2008.0252>
- Haustein, S., Peters, I., Sugimoto, C. R., Thelwall, M. & Larivière, V. (2014): “Tweeting biomedicine: An analysis of tweets and citations in the biomedical literature”. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(4), 656–669.
<https://doi.org/10.1002/asi.23101>
- Holmberg, K., & Thelwall, M. (2014): “Disciplinary differences in Twitter scholarly communication”. *Scientometrics*, 101(2), 1027–1042. <https://doi.org/10.1007/s11192-014-1229-3>
- Lavis, J. N., Robertson, D., Woodside, J. M., McLeod, C. B. & Abelson, J. (2003): “How Can Research Organizations More Effectively Transfer Research Knowledge to Decision Makers?”. *The Milbank Quarterly*, 81(2), 221–248. <https://doi.org/10.1111/1468-0009.t01-1-00052>
- Lawrence, S. (s/f): “Free online availability substantially increases a paper’s impact”. Disponible en el vínculo: <http://www.nature.com/nature/debates/e-access/Articles/lawrence.html> (Consultado el 28/05/2017)
- Marres, N. & Weltevrede, E. (2013): “Scraping the Social?”. *Journal of Cultural Economy*, 6(3), 313–335. <https://doi.org/10.1080/17530350.2013.772070>
- Max Planck Society. (2003): “Berlin Declaration”. Disponible en el vínculo: <https://openaccess.mpg.de/Berlin-Declaration> (Consultado el 29/05/2017)
- Morrison, H. (2009): “Introduction. En Scholarly Communication for Librarians”. Chandos Publishing. <https://doi.org/10.1016/B978-1-84334-488-9.50016-0>
- Nazim, M. & Husain, S. (2013): “Analysis of Open Access Scholarly Journals in Media & Communication”. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 33(5), 405-411. Disponible en el vínculo: <http://eprints.rclis.org/31228/>
- Open Society Institute. (2002): “Budapest Open Access Initiative”. Disponible en el vínculo: <http://www.budapestopenaccessinitiative.org/read> (Consultado el 25/05/2017)
- Osterrieder, A. (2013): “The value and use of social media as communication tool in the plant sciences”. *Plant Methods*, 9(26). <https://doi.org/10.1186/1746-4811-9-26>
- Procter, R., Williams, R., Stewart, J., 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 of London A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 368(1926), 4039–4056. <https://doi.org/10.1098/rsta.2010.0155>
- Rheingold, H. (2004): *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.
- Rogers, R. (2015): “Digital Methods for Web Research”. En R. Scott & S. Kosslyn (Eds.), *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences: An Interdisciplinary, Searchable, and Linkable*

Resource (pp. 1–22). John Wiley & Sons, Inc. Disponible en el vínculo:

http://www.govcom.org/publications/full_list/etrds0076.pdf

Rosenstreich, D., & Wooliscroft, B. (2012): “Assessing international journal impact: the case of marketing”. *European Business Review*, 24(1), 58–87. <https://doi.org/10.1108/09555341211191553>

Rúas-Araújo, J., Campos-Freire, F., & Puentes-Rivera, I. (2016): “Utilización y valoración de las redes sociales generalistas y buscadores bibliográficos en las universidades gallegas”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 1187-1207. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1141>

Salvador-Oliván, J. A., & Agustín-Lacruz, C. (2015): “Correlación entre indicadores bibliométricos en revistas de web of science y Scopus”. *Revista General de Información y Documentación*, 25(2), 341-359. https://doi.org/10.5209/rev_RGID.2015.v25.n2.51241

Scimago (s/f): “Scimago Journal & Country Rank”. Disponible en el vínculo: <http://scimagojr.com/> (Consultado el 28/05/2017)

Scopus (s/f). “CiteScore metrics for serials”. Disponible en el vínculo:

<https://www.scopus.com/sources> (Consultado el 28/05/2017)

Suárez, A. (2001): *Nueva economía y nueva sociedad: los grandes desafíos del siglo XXI*. Madrid: Pearson Educación.

Tapscott, D. (1997): *Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. New York: McGraw-Hill.

Valerio, G. & González, J. R. V. (2011): “Contactos de redes sociales en línea como repositorios de información”. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 8(1), 128–155. <http://doi.org/10.7238/rusc.v8i1.948>

Wolfensohn, J. D. (2000): “Development and international cooperation in the twenty-first century : the role of information technology in the context of a knowledge-based global economy (ECOSOC) by James D. Wolfensohn, President (No. 101432) (pp. 1–9)”. The World Bank. Disponible en el vínculo: <http://documents.worldbank.org/curated/en/519081467994605225/Development-and-international-cooperation-in-the-twenty-first-century-the-role-of-information-technology-in-the-context-of-a-knowledge-based-global-economy-ECOSOC-by-James-D-Wolfensohn-President>

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

G Valerio-Ureña, D Herrera-Murillo (2017): “Redes sociales en línea como canal de comunicación de las revistas académicas abiertas”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 1.341 a 1.350.

<http://www.revistalatinacs.org/072paper/1222/72es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2017-1222](https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1222)

- En el interior de un texto:

... G Valerio-Ureña, D Herrera-Murillo (2017: 1.341 a 1.350) ...

o

... G Valerio-Ureña *et al*, 2017 (1.341 a 1.350) ...

Artículo recibido el 12 de agosto de 2017. Aceptado el 8 de noviembre.

Publicado el 14 de noviembre de 2017