

# Comunicación científica (XXXIII). El papel de las redes sociales en la difusión de la pediatría

A. Alonso-Arroyo<sup>1</sup>, J.A. Ontalba-Ruipérez<sup>2</sup>, J. González de Dios<sup>3</sup>, R. Alexandre-Benavent<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Departamento de Historia de la Ciencia y Documentación. Universitat de València. <sup>2</sup>Trademetrics Group. Instituto de Diseño y Fabricación. Universitat Politècnica de València. <sup>3</sup>Servicio de Pediatría. Hospital General Universitario de Alicante. Departamento de Pediatría. Universidad «Miguel Hernández». Alicante. <sup>4</sup>Instituto de Gestión de la Innovación y del Conocimiento (CSIC-Universitat Politècnica de València). UISYS-Universitat de València

## Resumen

Las redes sociales se han convertido en una fase ineludible en la comunicación personal, social y, sobre todo, profesional y académica. Su gran número sigue incrementándose con los años, lo que supone una dificultad para el profesional de la pediatría a la hora de elegir qué red social es más adecuada para estar al corriente del desarrollo de su profesión. El presente artículo describe la aplicación y la utilidad de las cuatro redes sociales más importantes para la comunicación profesional y académica: Mendeley, LinkedIn, Academia.edu y ResearchGate.

©2016 Ediciones Mayo, S.A. Todos los derechos reservados.

## Palabras clave

Redes sociales, comunicación profesional, Mendeley, LinkedIn, Academia.edu, ResearchGate

## Introducción

En la actualidad, las redes sociales se han convertido en un fenómeno global que afecta a la comunicación personal, social, profesional y académica. En este nuevo siglo, se están produciendo cambios importantes en los medios de comunicación, nuevos movimientos sociales, acciones colectivas provocadas por la influencia y el impacto de internet y las redes sociales.

Se han propuesto muchas definiciones sobre red social en los últimos años, pero un estudioso, como Barnes<sup>1</sup> ya la definía en 1954 como la relación de personas en contacto con otras personas, algunas de las cuales están en contacto entre sí y otras no. Dichas relaciones se establecían mediante la teoría de los grafos, conformando una red de puntos (representados por personas) que se unían a través de líneas que indican quiénes interactúan entre sí.

A partir de aquí, las redes sociales dentro del universo de internet constituyen plataformas dentro de la web 2.0, formadas por comunidades de individuos con intereses comunes que

## Abstract

*Title:* Scientific communication (XXXIII). The role of social networks in spreading pediatrics

Social networks have become an unavoidable phase in personal, social and, above all, professional and academic communication. Its large number continues to increase over the years, which is a difficulty for a professional pediatrics when choosing which social network is best suited to be aware of the development of their profession. This article describes the application and usefulness of the four major social networks for professional and scholarly communication: Mendeley, LinkedIn, Academia.edu and ResearchGate.

©2016 Ediciones Mayo, S.A. All rights reserved.

## Keywords

Social networks, professional communication, Mendeley, LinkedIn, Academia.edu, ResearchGate

se interconectan con la finalidad de intercambiar información y compartir contenidos (vídeos, fotos, audios, archivos, etc.), de acuerdo con sus actividades, necesidades o gustos.

Las redes sociales han supuesto una auténtica revolución en la comunicación, por su velocidad e inmediatez de transmisión, así como por el enorme flujo de información que circula por la red, que ha pasado de ser una herramienta a un fenómeno social.

Boyd y Ellison<sup>2</sup> hablan de los sitios de redes sociales como los servicios basados en web que cada vez más están atrayendo a académicos e investigadores con una triple finalidad: construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema acotado, establecer una lista de usuarios con los que establecer una conexión, y ver y cruzar la propia lista de contactos con las hechas por otros usuarios dentro del sistema. En definitiva, las funciones de las redes sociales giran en torno a las «3C»: comunicación (las personas ponen al servicio de los miembros nuevos conocimientos), comunidad (ayuda a la integración de nuevos miembros) y cooperación (permite que los usuarios

realicen cosas juntos, compartan intereses, intercambien ideas, etc.).

No se conoce el número exacto de redes sociales que existen actualmente, ya que constantemente van apareciendo nuevas, pues su creación es sencilla y estamos en una época en la que la comunicación virtual se ha convertido en un hábito diario. Por tanto, la finalidad de este trabajo no es ofrecer un listado de ellas, sino presentar un esbozo de los tipos de redes que existen, y de las aplicaciones y utilidad de las más difundidas en la actualidad.

Una clasificación general las agrupa en redes horizontales y verticales<sup>3</sup>.

En las redes horizontales, generalistas o globales, no hay usuarios definidos por unos intereses comunes ni un propósito concreto, sino que están dedicadas a un público general, grupos heterogéneos que tienen como finalidad la interrelación personal o una intención principalmente de socialización. Algunas de las redes más populares y utilizadas son Facebook, Twitter, Google+, MySpace, Tuenti o Badoo.

En las redes verticales o especializadas, el objetivo es integrarse en un grupo más reducido de usuarios con los que compartir experiencias, contenidos o intereses comunes de su vida personal o profesional. Estas redes, a su vez, pueden agruparse en varios subgrupos, atendiendo a su temática, actividad o contenido:

- Por su temática. En este apartado pueden agruparse por temas tan variados como la identidad cultural, aficiones, ocio, tiempo libre, viajes, compras, deportes, etc. En esta categoría temática hay que hacer una mención especial a las redes sociales profesionales, que a su vez pueden agruparse en redes enfocadas a los negocios o la actividad laboral, como LinkedIn, y redes académicas o científicas que permiten compartir experiencias y relacionar grupos y usuarios interesados en la colaboración investigadora, como ResearchGate, Academia.edu o Mendeley.
- Por su actividad. Podemos hablar de los microblogging, como es el caso de Twitter, que ofrecen un servicio de envío y publicación de mensajes breves de texto, otras redes dedicadas a relacionar usuarios para jugar a juegos virtuales, o redes de geolocalización y marcadores sociales.
- Por su contenido. Existen redes que por sus características ofrecen la posibilidad de compartir y almacenar vídeos, fotos, música, documentos, presentaciones, noticias y lecturas, estableciendo sinergias y preferencias entre sus usuarios.

La casuística de redes sociales es tan variada que, en muchas ocasiones, una red social no puede enmarcarse en una única categoría, sino que se agrupa en varias tipologías, en función de sus particularidades. Del mismo modo, normalmente un usuario no pertenece a una única red social, sino que suele ser un usuario activo en múltiples redes sociales; ello implica que haya una interconexión entre unas y otras, permitiendo establecer relaciones, trasladar nuestro estado o compartir nuestro

perfil, una fotografía o un vídeo desde una red a otra. Esta red de conexiones entre usuarios permite múltiples posibilidades de comunicación y diluye el concepto de red social única.

Actualmente, casi la totalidad de las sociedades, academias y asociaciones pediátricas –tanto internacionales y nacionales como regionales–, instituciones sanitarias u hospitales pediátricos, revistas científicas del área pediátrica y sitios web pediátricos, así como especialistas o profesionales, disponen de cuentas en las principales redes sociales generalistas, como Facebook o Twitter, con el fin de tener una mayor visibilidad y difusión en la red. A partir de ahí, cada actor, individuo u organización, atendiendo a sus preferencias, se dará de alta en unas u otras redes para tener una mayor presencia en la web.

Si queremos conocer las redes sociales suscritas de una entidad, institución, persona o recurso, lo normal es acceder a su sede web, pero si lo que nos interesa es conocer personas, páginas, comunidades, grupos, aplicaciones, eventos, publicaciones de amigos, etc., deberemos acceder a la red social que nos interese y realizar la búsqueda utilizando los términos objeto de nuestra consulta.

Las sociedades médico-científicas pediátricas tienen entre sus funciones el fomento del desarrollo de actividades e investigaciones científicas relacionadas con la pediatría. Para lograrlo, ofrecen a sus asociados la posibilidad de comunicarse e interactuar a través de redes sociales. A continuación (tabla 1) se analiza la presencia de las redes sociales en los sitios web de las sociedades pediátricas españolas.

Actualmente, como cabecera del sistema se sitúa la Asociación Española de Pediatría, junto con 14 sociedades territoriales regionales dependientes de ésta y 24 sociedades de especialización pediátrica. Como se aprecia en la tabla 1, todas disponen de página web propia. Si analizamos los datos de las sociedades regionales, se observa que sólo 6 disponen de cuenta en Twitter y 4 en Facebook. Por su parte, 20 sociedades pediátricas por especialización (83,3%) tienen cuenta en alguna red social, y sólo 4 no tienen presencia en ninguna red. Tanto Facebook como Twitter son las dos redes más representadas, con un 80 y un 75%, respectivamente. En menor porcentaje participan otras redes, como Google+ (30%), LinkedIn (20%), YouTube (15%) o Netvibes (10%), lo que supone una gran ausencia de la pediatría en las principales redes sociales profesionales.

Este trabajo complementa el presentado en esta misma revista en 2012 dentro de la serie Formación e Información en Pediatría<sup>4</sup>, recogiendo y ampliando el uso y el funcionamiento de las redes sociales temáticas profesionales y científicas más utilizadas y demandadas por los profesionales e investigadores en general, y de la pediatría en particular, para que conozcan sus características y aprovechen las ventajas que ofrece el hecho de formar parte de una comunidad donde puedan mejorar su visibilidad profesional compartiendo, intercambiando, cooperando e interactuando con sus colegas.

TABLA 1

## Distribución de las redes sociales en las sociedades pediátricas españolas

Nombre	URL			Otras
Asociación Española de Pediatría (AEP)	aeped.es	Sí	Sí	
Atención Primaria (AEPap)	aepap.org	Sí	Sí	
Cardiología Pediátrica y Cardiopatías Congénitas (SECPC)	secardioped.org	Sí	Sí	
Cirugía Pediátrica (SECP)	secipe.org	Sí	Sí	
Cuidados Intensivos Pediátricos (SECIP)	secip.com	Sí	Sí	
Endocrinología Pediátrica (SEEP)	seep.es		Sí	
Errores Innatos del Metabolismo (SEEIM)	ae3com.eu			
Fisioterapia en Pediatría (SEFIP)	sefip.org	Sí	Sí	
Gastroenterología, Hepatología y Nutrición (SEGHN)	gastroinf.es	Sí	Sí	
Genética Clínica y Dismorfología (SEGCD)	segcd.org			
Hematología y Oncología Pediátricas (SEHOP)	sehop.org	Sí	Sí	
Infectología Pediátrica (SEIP)	seipweb.es	Sí	Sí	
Inmunología Clínica y Alergia Pediátrica (SEICAP)	seicap.es	Sí	Sí	
Medicina del Adolescente (SEMA)	adolescenciasema.org	Sí	Sí	
Nefrología Pediátrica (AENP)	aenp.es			
Neonatología (SEN)	se-neonatal.es	Sí	Sí	
Neumología Pediátrica (SENP)	neumoped.org			
Neurología Pediátrica (SENEP)	senep.es	Sí	Sí	
Odontopediatría (SEOP)	odontologiapediatrica.com	Sí		
Pediatría Extrahospitalaria y Atención Primaria (SEPEAP)	sepeap.org	Sí	Sí	
Pediatría Hospitalaria (SEPHO)	sepho.es	Sí		
Pediatría Social (SPS)	pediatriasocial.es	Sí	Sí	
Radiología Pediátrica (SERPE)	seram.es	Sí	Sí	
Reumatología Pediátrica (SERPE)	reumaped.es	Sí	Sí	
Urgencias Pediátricas (SEUP)	seup.org	Sí	Sí	

Sociedades especializadas por área de dedicación

(Continúa)

Mendeley<sup>5</sup>

Lanzado en 2009, Mendeley es un gestor de referencias multiplataforma (Mac, Linux, Windows, iPad, iPhone, Android) que dispone de versión local y versión web que se sincronizan automáticamente. Su utilidad es que permite a los usuarios incorporar, organizar, compartir y descubrir investigación.

Con más de 4 millones de usuarios (de los que un tercio son del área de medicina) y más de 420 millones de documentos, es la mayor plataforma de colaboración de investigación y base de datos académica del mundo.

Los contenidos los aportan los propios usuarios. Sin embargo, en 2013 la editorial Elsevier adquirió Mendeley, lo que ha

llevado a que haya disminuido el acceso al texto completo de los documentos que se incorporan a la base de datos de esta plataforma.

Los tipos de usuarios a los que sirve Mendeley son estudiantes universitarios, investigadores, profesores universitarios, bibliotecarios e, incluso, profesionales.

Sus funciones pueden dividirse en dos líneas. Por un lado, como gestor bibliográfico permite recopilar documentos de cualquier sitio, organizar la documentación e incluso editarla, crear una biblioteca digital y crear automáticamente una bibliografía (tanto las citas como las referencias) (figura 1). Por otro lado, como red social permite crear un perfil de usuario en el que subir los propios trabajos y dar a conocer la propia in-

TABLA 1	Distribución de las redes sociales en las sociedades pediátricas españolas (continuación)				
	Nombre	URL	f	t	Otras
Sociedades regionales	Asociación Española de Pediatría (AEP)	aeped.es	Sí	Sí	g+ y+ +
	Andalucía Occidental y Extremadura (SPA0YEX)	spaoyex.es			
	Andalucía Oriental (SPA0)	spao.es			
	Aragón, La Rioja y Soria (SPARS)	spars.es	Sí	Sí	
	Asturias, Cantabria y Castilla y León (SCCALP)	sccalp.org			
	Baleares (SOPEBA)	sopeba.org		Sí	
	Canarias (Las Palmas)	socanpedlp.es	Sí		
	Canarias (Tenerife)	portal.scptfe.com			
	Cataluña (SCP)	scpediatria.org		Sí	
	Galicia (SOPEGA)	sopega.es			
	Madrid y Castilla-La Mancha (SPMYCM)	mcmpediatria.org	Sí	Sí	
	Murcia (SPSE)	spse.es			
	Navarra (ANPE)	anpenavarra.org		Sí	
	Valencia (SVP)	socvaped.org			
	Vasco-Navarra (SVNP)	svnp.es	Sí	Sí	

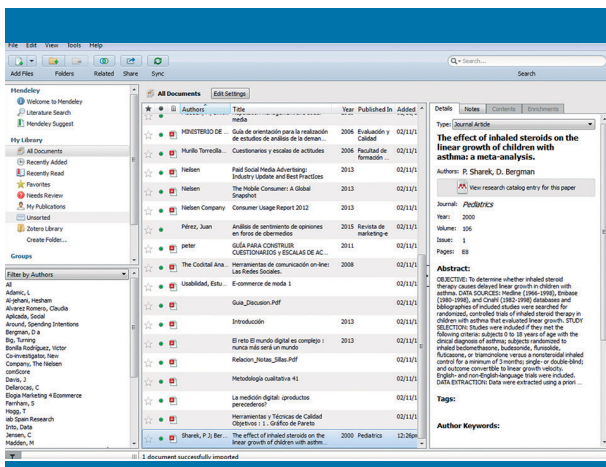


Figura 1. Pantalla de escritorio de funciones de gestor en Mendeley

investigación, ganando en visibilidad. Mendeley permite hacer un seguimiento del número de lectores y descargas de nuestros documentos, mostrando la frecuencia con que se leen.

Mendeley ha fomentado la colaboración en la nube de los grupos de investigación para compartir artículos y discutir sobre ellos. De ahí que como red social también permita, por una parte, buscar grupos de interés para localizar a personas con intereses de investigación similares al nuestro y compartir referencias, y por otra, construir nuestra propia red de investigadores, con el fin de colaborar, difundir y descubrir tendencias de investigación.

Para ello, la plataforma permite crear grupos. Éstos pueden ser privados o públicos (por invitación o abiertos): mientras que los grupos públicos sólo contienen información de las referencias (no el texto completo), los grupos privados pueden gestionar documentos a texto completo con las notas y comentarios que hayan añadido.

Las páginas de grupos se estructuran de la siguiente manera: página principal (Overview), página de las publicaciones del grupo (Papers), miembros del grupo (Members) y características del grupo (Settings) (figura 2).

En los grupos, cualquier miembro puede añadir documentos. Se notifica a todos los miembros cada vez que alguno de ellos aporte una nota, resalte algo o resuma un documento (figura 3).

Entre las últimas novedades de Mendeley está la posibilidad de revisión de preprints por pares en la plataforma (como en Arxiv o PloS). Para ello, se va a permitir importar su perfil completo de Mendeley a Peerwith (cuya versión beta se lanzó en octubre de 2015), una plataforma que gestiona la evaluación de documentos científicos por parte de pares expertos.

### LinkedIn<sup>6</sup>

LinkedIn es la plataforma profesional por excelencia, tanto por su tamaño como por los datos que ofrece; lanzada en mayo de 2003, tiene más de 400 millones de usuarios (octubre de 2015) de más de 200 países<sup>7</sup>. Más del 80% de sus usuarios tienen

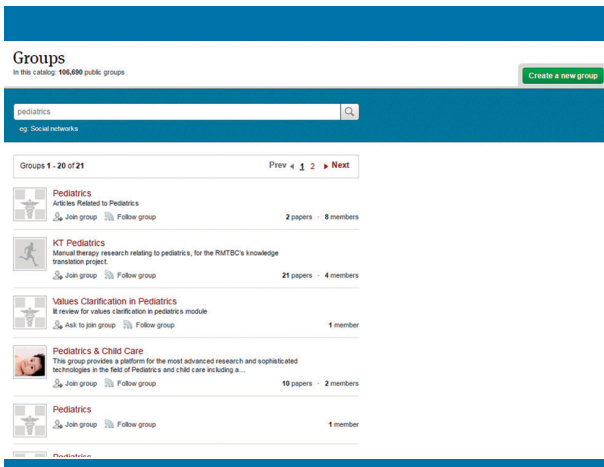


Figura 2. Pantalla de grupos de pediatría en Mendeley

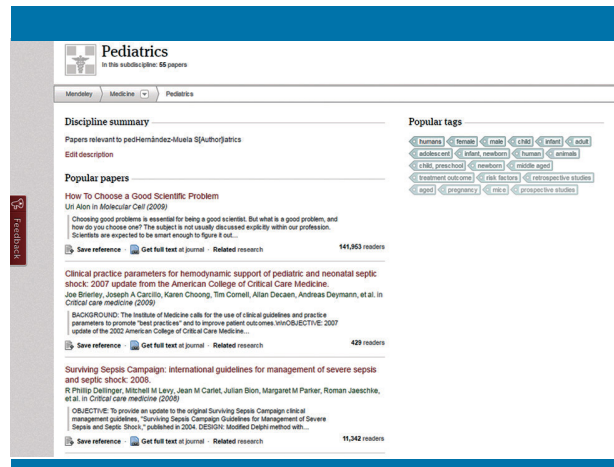


Figura 3. Página del grupo Pediatrics de Mendeley

una edad comprendida entre los 36 y los 45 años, aunque la media va disminuyendo<sup>8</sup>.

Esta red social permite identificar grupos con los que colaborar o diseñar una estrategia de networking en la que promocionar el propio currículo.

Los usuarios disponen de un listado de 24 idiomas para elegir el de su perfil profesional. Los currículos incluyen información de contacto, trabajo actual y anteriores, formación académica, conocimiento de idiomas, aptitudes (validadas por otros usuarios) y canales que se están siguiendo.

Las personas pueden solicitar y hacer recomendaciones de otros miembros, así como controlar la parte de su perfil para mostrar al público y para las conexiones (figura 4). Ofrece una sección con las personas más influyentes, indicando el número de seguidores que tienen. Además, ante el cambio de trabajo y de dirección, LinkedIn sirve como una libreta de direcciones de actualización automática<sup>9</sup>.

Al mostrar habilidades sociales y profesionales, los usuarios no sólo aumentan su valor profesional en el mercado de trabajo, sino que también pueden mejorar la imagen de su empresa. Como la información que aparece en las páginas de perfil se caracteriza por un alto nivel de integridad y exactitud<sup>10</sup>, habiéndose demostrado que los currículos de esta red social son menos engañosos que los tradicionales<sup>11</sup>, LinkedIn se usa como herramienta de reclutamiento, siendo la empresa capaz de llegar a los solicitantes de empleo activos y pasivos<sup>12</sup>.

A pesar de ser más popular fuera que dentro del mundo académico<sup>13</sup>, LinkedIn es una red utilizada por los investigadores para publicar información relacionada con sus actividades profesionales, incluyendo detalles de sus publicaciones de investigación (figura 5). Esto puede facilitar el aumento del número de descargas, ya que mejora el posicionamiento SEO (Search Engine Optimization); es decir, «optimiza» la presencia del in-

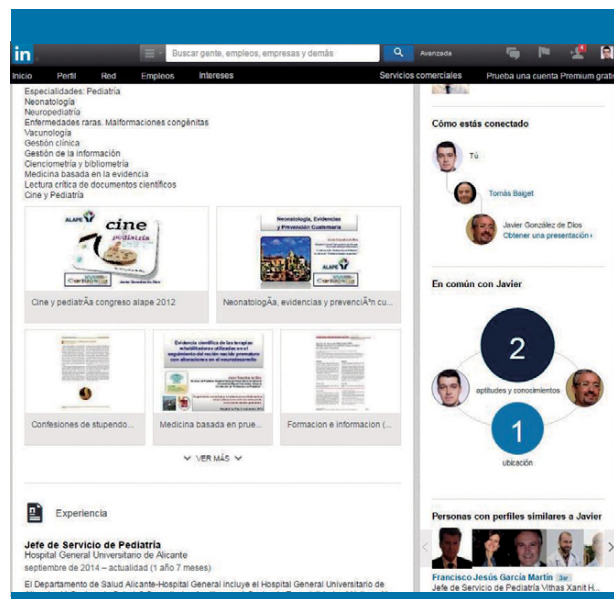


Figura 4. Información relacionada en un perfil de LinkedIn

vestigador en los motores de búsqueda y, en definitiva, aumenta su visibilidad en internet<sup>14</sup>.

LinkedIn permite acceder a información de universidades y sobre todo de empresas que no sería accesible desde otra fuente<sup>15</sup>. Además, ofrece una enorme cantidad de datos valiosos acerca de la formación y las carreras profesionales de sus usuarios, que es posible explorar para identificar grupos profesionales.

Además, incluye un motor para la búsqueda de trabajo por país, sector o funciones (entre otras opciones), aunque LinkedIn notifica a los usuarios la oferta de plazas de manera automática y en función de los intereses manifestados (figura 6).

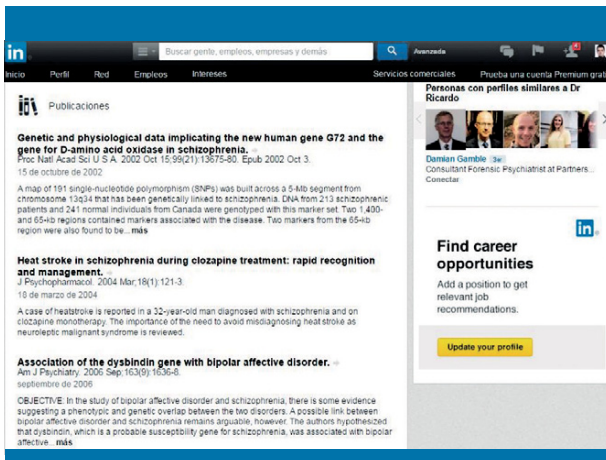


Figura 5. Información sobre publicaciones de un perfil en LinkedIn

Pueden crearse grupos de intereses comunes, con espacios de conversación, hacer un seguimiento de las notificaciones de empresas, seguir los posts de usuarios de LinkedIn, buscar la universidad o titulación que mejor se adapte a nuestras necesidades (plataforma TUniversidad), o acceder a presentaciones y MOOCs de otros usuarios.

Finalmente, LinkedIn incluye la opción de crear páginas de empresa donde promocionar productos y servicios o anunciar oportunidades laborales.

## Academia.edu<sup>16</sup>

Academia.edu es una red social académica que permite compartir documentos fácilmente con casi 35 millones de investigadores de todo el mundo y de forma gratuita. Fue creada en 2008 por Richard Price, con el objetivo de acelerar la investigación en el mundo y conectando a científicos para facilitar el acceso abierto a la producción científica de casi 12 millones de trabajos de investigación (marzo de 2016).

En sus inicios, profesores, estudiantes graduados e investigadores posdoctorales comenzaron a usar Academia.edu provenientes de la antropología, filosofía, química e informática, pero con el paso de los años se han ido integrando poco a poco disciplinas de todos los ámbitos<sup>17</sup>.

Academia.edu permite crear un perfil científico donde incluir los datos personales e institucionales, crear los vínculos a sus cuentas sociales, añadir etiquetas sobre los intereses investigadores y organizar los trabajos por secciones atendiendo a las tipologías documentales. Este perfil puede editarse y modificarse en cualquier momento según vayan cambiando nuestras preferencias.

Se pueden realizar búsquedas por investigador, tema de interés o universidad. Si la búsqueda se efectúa sobre un investigador, se pueden consultar todos los indicadores que aportan

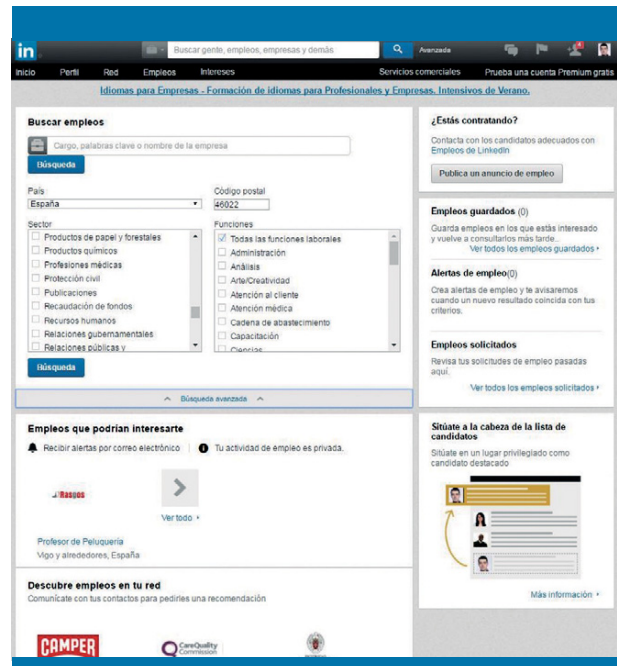


Figura 6. Página del buscador de empleos de LinkedIn

información sobre él. Los indicadores más comunes son: personas que te siguen (Followers), personas que sigue el autor (Following), coautores con los que se colabora (Co-authors) y total de visitas que ha recibido ese perfil (Total views). En cualquier momento podemos seguir a un autor (Follow) o enviarle un mensaje privado (Message).

También pueden consultarse el número de publicaciones agrupadas por tipología. Cada publicación, a su vez, dispondrá de ciertos datos, como marcar el documento para consultarlo en otro momento, disponibilidad de descarga (Download), número de visitas (Views), abstract y etiquetas que haya podido asignar el propio autor.

Si la búsqueda se realiza sobre un tema de nuestro interés, los resultados nos aportarán información sobre los investigadores, documentos, temas de interés, universidades, departamentos o trabajos en los que aparece el concepto buscado (figura 7).

La tercera opción de búsqueda es por universidades, que a su vez agrupa a los investigadores por departamentos, y puesto que no existe ningún filtro de normalización a la hora de asignar la descripción departamental, sino que la información se extrae de la asignación indicada por los investigadores en su perfil, los resultados finales son poco fiables.

La página principal se va actualizando automáticamente con trabajos de los investigadores que seguimos o de las etiquetas que tenemos asignadas en nuestras preferencias, aceptar sugerencias a sesiones iniciadas para comentar un trabajo, ofertas de trabajo, además de buscar amigos o colegas a través de

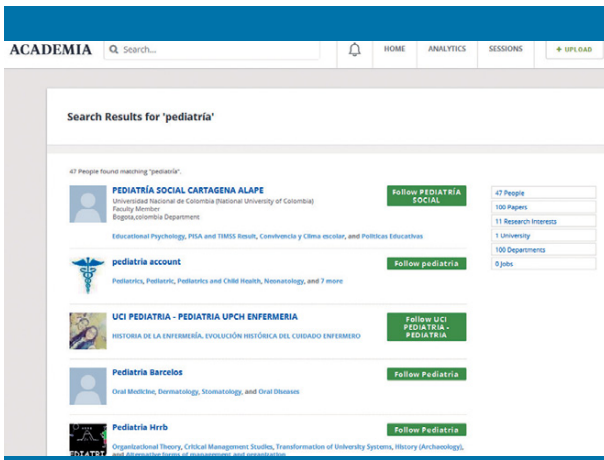


Figura 7. Ejemplo de búsqueda en Academia.edu por el término «pediatría»

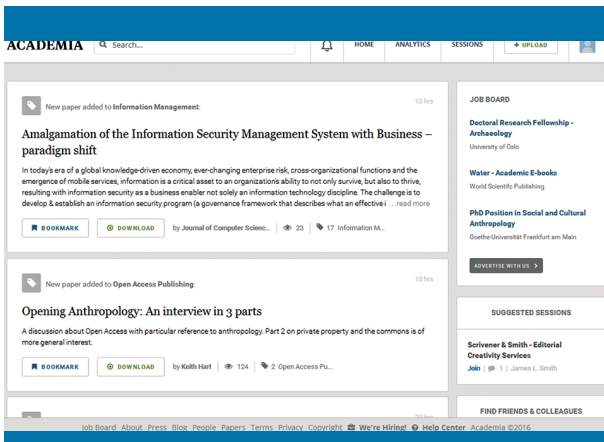


Figura 8. Página principal de la red social Academia.edu

nuestras cuentas personales de Google, Facebook, Twitter o Yahoo (figura 8).

En la pestaña Analytics se puede conocer la cantidad de visitas recibidas a un perfil, así como a sus documentos, el número de visitantes únicos, los países de los usuarios que se han descargado los trabajos, además de las palabras clave que los usuarios utilizaron en Google y otros motores de búsqueda para encontrar su trabajo en Academia.edu.

La participación en redes sociales como Academia.edu incrementa el impacto de nuestras publicaciones. Así lo demuestran Niyazov et al.<sup>18</sup> en un estudio en el que se constata que un artículo cargado en Academia.edu a los 5 años puede recibir hasta un 69% más de citas que otro de las mismas características difundido en otros medios no disponibles en línea, y de un 49% más respecto a un trabajo alojado en un sitio en línea, como la página personal, la departamental, el repositorio o la web de una revista.

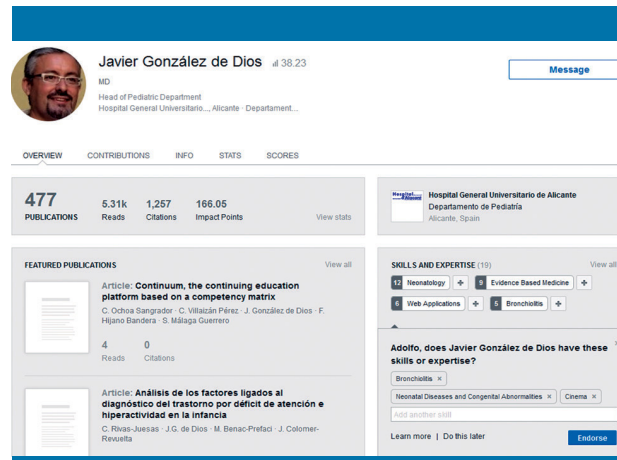


Figura 9. Perfil de investigador en ResearchGate

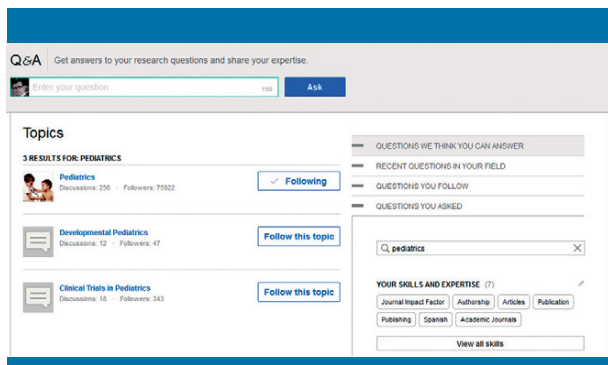
## ResearchGate<sup>19</sup>

Fundada en 2008 por los médicos Ijad Madisch y Sören Hofmayer y el informático Horst Fickenscher, ResearchGate hoy tiene más de 9 millones de miembros y 80 millones de documentos, y se ha convertido en la red académica más demandada por investigadores, científicos, profesores, profesionales de la salud, especialistas en I+D y cualquier usuario que desee conectar con colegas de su entorno para poder compartir y tener acceso a documentación científica, con el fin de avanzar en su investigación de una manera rápida y gratuita.

Una de las preguntas que todo investigador se hace cuando quiere comenzar a trabajar con estas plataformas es: ¿qué red social debo elegir? Si bien es cierto que un investigador puede formar parte de varias, en ocasiones algunos factores, como la inversión en tiempo, el intercambio de líneas de investigación, los colegas adscritos a cada una, etc., determinarán la decisión, basada en variables personales<sup>20</sup>. En la actualidad, ResearchGate se ha convertido en la red preferida por los investigadores, y así lo demuestra el aumento experimentado desde su creación: ha crecido 2 millones por año desde 2013, lo que supone el alta de 7 investigadores por minuto<sup>21</sup>.

Ya hemos mencionado anteriormente las principales funcionalidades que ofrece una red social académica en la descripción de Academia.edu, como crear el perfil investigador, añadir y compartir publicaciones, conectarse y colaborar con colegas, realizar búsquedas o encontrar un trabajo a través de la bolsa que ofrece la red, entre otras.

ResearchGate ofrece un amplio repertorio de indicadores de rendimiento con el objetivo de medir la calidad y la cantidad de sus publicaciones. Destaca el indicador RG Score, calculado por un algoritmo propio, que integra indicadores bibliométricos y altmétricos mediante la medición de las publicaciones del investigador, las preguntas formuladas y contestadas por los iguales, las visitas, las descargas, las citas... También evalúa



**Figura 10.** Questions & Answers en ResearchGate a partir del término «pediatrics»

la forma en que los compañeros reciben y evalúan sus contribuciones, y el prestigio o puntuación de los seguidores que interactúan con nuestra investigación, de manera que cuanto mayor sea su puntuación, mayor será también la nuestra<sup>22,23</sup>.

Existen otros muchos indicadores en ResearchGate para calcular la reputación de los autores, a la que se puede acceder a partir de las pestañas Overview, Contributions, Info, Stats y Scores de la página principal del perfil del investigador (figura 9). En el trabajo de Orduña-Malea et al. se presenta una organización pormenorizada en función de la unidad de análisis (documento, autor, entidad, institución y cuestiones)<sup>24</sup>.

Dentro de las funciones de ResearchGate es interesante destacar la opción Questions & Answers, cuya finalidad es plantear preguntas a la comunidad para obtener respuestas y así resolver dudas, fomentar un debate o encontrar soluciones a problemas surgidos en la investigación a partir de la colaboración entre investigadores de una misma disciplina (figura 10). Este canal permite, entre sus opciones, enviar preguntas a la comunidad o seguir preguntas planteadas por algún usuario, así como llevar un registro de las preguntas planteadas. Además, se puede dar respuesta a preguntas planteadas por otros investigadores, tanto asociadas a su perfil como a su campo de investigación o disciplina. ■

## Bibliografía

- Barnes JA. Class and committees in a Norwegian Island Parish. *Hum Relations*. 1954; 7: 39-58.
- Boyd D, Ellison N. Social network sites: definition, history, and scholarship. *J Comput Mediat Comm*. 2007; 13(1): 210-230.
- Ponce I. Monográfico: redes sociales-clasificación de redes sociales. Observatorio Tecnológico, 2012. Disponible en: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/eu/internet/web-20/1043-redes-sociales>
- Vidal-Infer A, Navarro-Molina C, De Dios JG, Alonso-Arroyo A, Aleixandre-Benavent R. Fuentes de información bibliográfica (XI). Las redes sociales y los perfiles profesionales e investigadores en pediatría. *Acta Pediatr Esp*. 2012; 70(4): 157-165.
- Mendeley [internet] [consultado el 29-3-2016]. Disponible en: <https://www.mendeley.com>
- LinkedIn [internet] [consultado el 29-3-2016]. Disponible en: <https://www.linkedin.com>
- LinkedIn official blog. How LinkedIn's 400 million members are helping build the economic graph [consultado el 29-3-2016]. Disponible en: <http://blog.linkedin.com/2015/10/29/400-million-members>
- Archambault A, Grudin J. A longitudinal study of Facebook, LinkedIn, & Twitter use. *CHI*. 2012: 2.741-2.750.
- Orduña-Malea E, Font CI, Ontalba-Ruipérez JA. From universities to private companies: a measurable route of LinkedIn users. En: Cabrera Méndez M, Lloret Romero N, eds. *Digital Tools for Academic Branding and Self-promotion*. Hershey (EEUU): E-Editorial Discovery, 2016 (en prensa).
- Brouer RL, Stefanone MA, Badawy RL, Egnoto MJ, Seitz SR. Losing control of company information in the recruitment process: the impact of LinkedIn on organizational attraction. 48th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS), IEEE. 2015; 1.879-1.888.
- Guillory J, Hancock JT. The effect of LinkedIn on deception in resumes. *Cyberpsychology Behav Soc Netw*. 2012; 15(3): 135-140.
- Bonsón E, Bednárová M. Corporate LinkedIn practices of Eurozone companies. *Online Inf Rev*. 2013; 37(6): 969-984.
- Mas-Bleda A, Aguillo IF. La web social como nuevo medio de comunicación y evaluación científica. Barcelona: Editorial UOC, 2015.
- Kelly B, Delasalle J. Can LinkedIn and Academia.edu enhance access to open repositories? OR2012: the 7th International Conference on Open Repositories. University of Bath, 2012 [consultado el 29-3-2016]. Disponible en: <http://opus.bath.ac.uk/30227/1/or12-136-final.pdf>
- Unkelos-Shpigel N, Sherman S, Hadar I. Finding the missing link to industry: LinkedIn professional groups as facilitators of empirical research. *Proceedings of the Third International Workshop on Conducting Empirical Studies in Industry*. IEEE Press, 2015; 43-46.
- Academia.edu [internet] [consultado el 29-3-2016]. Disponible en: <https://www.academia.edu>
- Thelwall M, Kousha K. Academia.edu: social network or academic network? *J Am Soc Inf Sci Technol*. 2014; 65(4): 721-731.
- Niyazov Y, Vogel C, Price R, Lund B, Judd D, Akil A, et al. Open access meets discoverability: citations to articles posted to Academia.edu. *PLoS One*. 2016; 11(2): e0148257.
- ResearchGate [internet] [consultado el 29-03-2016]. Disponible en: <https://www.researchgate.net>
- Ovadia S. ResearchGate and Academia.edu: academic social networks. *Behav Soc Sci Libr*. 2014; 33(3): 165-169.
- ResearchGate. Celebrating seven million members and seven years of ResearchGate. (2015-03-10) [consultado el 29-3-2016]. Disponible en: <https://www.researchgate.net/blog/post/celebrating-seven-million-members-and-seven-years-of-researchgate>
- Yu MC, Wu YCJ, Alhalabi W, Kao HY, Wu WH. ResearchGate: an effective altmetric indicator for active researchers? *Comput Hum Behav*. 2016; 55: 1.001-1.006.
- Thelwall M, Kousha K. ResearchGate: disseminating, communicating, and measuring scholarship? *J Am Soc Inf Sci Technol*. 2015; 66(5): 876-889.
- Orduña-Malea E, Martín-Martín A, Delgado López-Cozar E. ResearchGate como fuente de evaluación científica: desvelando sus aplicaciones bibliométricas. *Prof Inf*. 2016; 25(2): 303-310.