

Las redes de conocimiento: Una nueva forma de comunicación académica¹

Sandra Martorell²

Fernando Canet³

Resumo

A internet nos oferece uma nova forma de criar, acessar e distribuir conhecimento. Através das redes sociais acadêmicas, milhões de investigadores unem forças para proporcionar uns aos outros uma nova forma de comunicação dentro do âmbito acadêmico. O princípio é claro: compartilhar para progredir. Porque assim como afirmava Lévy (2004), precisamos deixar de lado o conceito cartesiano do *cogito* para dar espaço ao *cogitamus*. Plataformas como estas se convertem em um fórum para refletir, compartilhar, trocar e armazenar informação que permitirá investigações futuras, contribuindo para o desenvolvimento científico e melhorando as práticas investigativas. Baseiam-se com frequência nos quatro princípios do mundo aberto proposto por Tapscott (2012): colaboração, transparência, compartilhamento e aumento de poder.

Palavras-chave: redes sociais acadêmicas, inteligência coletiva, plataformas de conhecimento, acesso aberto, web 2.0.

Resumen

La web ofrece una nueva forma de crear, acceder y distribuir conocimiento gracias a las redes sociales de carácter académico donde millones e investigadores unen sus fuerzas para alimentarse los unos a los otros, una nueva forma de comunicación dentro del ámbito académico. La premisa es clara: compartir para progresar, porque, tal y como afirmaba Lévy (2004), necesitamos dejar de lado el concepto cartesiano del *cogito* para dejar paso al *cogitamus*. Plataformas como éstas se convierten en un foro para la reflexión, para compartir, intercambiar y almacenar información que permitirá investigaciones futuras contribuyendo al desarrollo científico y mejorando las prácticas investigativas, basándose a menudo en los cuatro principios del mundo abierto propuestos por Tapscott (2012): colaboración, transparencia, compartición y empoderamiento.

¹ La investigación para la realización de este artículo fue llevada a cabo con el apoyo del proyecto de investigación "Estudio y análisis para el desarrollo de una red de conocimiento sobre estudios filmicos a través de plataformas web 2.0", financiado por el Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Economía y Competitividad español (código HAR2010-18648).

² Lic. en Comunicación Audiovisual. Doctoranda en Industrias Culturales y de la Comunicación, Universidad Politécnica de Valencia (España). Email: sanferm2@epsg.upv.es

³ Dr. en Comunicación Audiovisual. Profesor titular, Universidad Politécnica de Valencia. Email: fercacen@upv.es

Palabras clave: Redes sociales académicas, inteligencia colectiva, plataformas de conocimiento. acceso abierto, web 2.0.

Abstract

The web offers a new form of creating, accessing and distributing knowledge, thanks to academic social networks where millions of researchers join forces to feed off each other, a new way of academic communication. The principle is clear: to share is to progress, because, as Lévy (2004) has pointed out, we need to leave the Cartesian concept of *cogito* behind to move onto *cogitamus*. Platforms like these thus become a forum for reflection, for sharing, exchanging and storing information that will support future research, thereby contributing to scientific development and better research practices, often based on the four principles for the open world proposed by Tapscott (2012): collaboration, transparency, sharing and empowerment.

Keywords: Academic social networks, knowledge platforms, collective intelligence, open access, web 2.0.

1. Introducción

Cien mejor que uno, esa fue la traducción que se le dio en español al título del libro de Surowiecki *The Wisdom of Crowds* (2004) según el cual en colectivo se toman decisiones más acertadas que de forma individual aunque dicho individuo sea un experto. Pero ¿y si además son los expertos los que forman el colectivo? ¿Y si éstos no son cientos sino miles? Este fenómeno es el que se ha dado con la (r)evolución de internet, la cual ha permitido a investigadores de todo el mundo unirse con el fin de compartir sapiencias y dar mayor visibilidad a sus trabajos, lo cual supone a su vez abrir nuevos caminos en la materia de estudio. Esta unión se da cada vez más a través de redes virtuales destinadas al tal cometido. Se trata de redes de marcado carácter social donde hacer una puesta en común entre los estudiosos, debatir cuestiones o compartir trabajos.

De esta forma, el conocimiento que hace escasos años quedaba en manos de un círculo reducido de consumidores (nutrido esencialmente por instituciones y editoriales) hoy ve aumentar su público gracias a la proyección que implica la presencia en Internet, propiciada por una arquitectura de participación donde las mejoras vienen dadas por cuantas más personas hagan uso consumiendo y reutilizando datos de múltiples fuentes, incluyendo usuarios individuales, mientras

proporcionan sus propios datos y servicios de una manera que permite que otros la vuelvan a combinar (Hernández Requena, 2008).

Este fenómeno ha sido posible por un lado, de la mano de un cambio de mentalidad de los propios investigadores, y por otro por el desarrollo tecnológico que nos ofrece cada vez más y mejores herramientas y aplicaciones. Ambos factores, unidos, son lo que están favoreciendo este fenómeno de camaradería entre estudiosos, que supone a la vez un cambio de paradigma epistemológico en el campo de la investigación académica, razón de ser de la presente propuesta, y que se articula en base a las redes de conocimiento creadas para la causa. El objeto de estudio pues, son dichas redes dedicadas a la unión de investigadores con la intención de cumplir con los siguientes objetivos:

- Definir el concepto de las redes académicas de conocimiento nacidas en internet.
- Estudiar sobre qué principios fundamentales se sustentan.
- Poner de manifiesto su potencial.
- Advertir de sus deficiencias o puntos débiles y la importancia de subsanarlos en aras de garantizar su futuro de forma exitosa.

2. Estado de la cuestión

Vivimos un momento histórico en lo referente a las nuevas formas comunicativas. Se dio ya un fenómeno similar con la llegada de internet. La aparición de este nuevo medio supuso una mirada diferente a la manera en que teníamos de comunicarnos. No obstante, por aquél entonces, internet era una red virtual formada por páginas estáticas que no permitían más que la lectura, en el mejor de los casos acompañada por gráficos o imágenes. Poco a poco evolucionó entablando una relación bidireccional con el usuario, por la cual éste podía mandar una respuesta directa. Pero el verdadero cambio llegó con la que hoy conocemos como web 2.0., que es la que nos ha abierto las puertas a esta nueva revolución en las relaciones comunicativas. Ésta se mueve alimentada por el ansia de los usuarios de ser cada vez más y más activos en la comunicación. Así es como el lector con el tiempo ha dejado de ser mero receptor para ser también emisor, convirtiéndose en usuario de una

plataforma cada vez más interactiva y participativa, que se caracteriza, según O'Reilly (2005) por siete principios básicos:

- La web como plataforma
- El aprovechamiento de la inteligencia colectiva
- Los datos son el nuevo procesador
- El fin de ciclo de las actualizaciones de versiones de software ([el beta permanente](#))
- [Modelos de programación ligera](#) (búsqueda de la simplicidad)
- [Software no limitado a un único dispositivo](#)
- [Experiencia](#) enriquecedora para el usuario

Partiendo de estos siete principios nos encontramos con una web renovada en la que más allá de divulgarse información ésta se comparte. Esta nueva web apuesta porque las aplicaciones, herramientas, y contenidos estén albergados en la misma web, y no en el ordenador del usuario (Cobo Romaní y Pardo Kulinski, 2007), con la particularidad de estar en constante evolución, y ser ofrecidos en la mayoría de los casos de forma gratuita para el beneficio de unos usuarios que uniendo sus fuerzas van generando una inteligencia colectiva. Según Lévy (2004) ésta es una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, que conduce a una movilización efectiva de las competencias cuyo fundamento y objetivo es el reconocimiento y el enriquecimiento mutuo de las personas, y no el culto de comunidades fetichizadas o hipostasiadas. En este sentido, un elemento de empoderamiento del colectivo son los datos y cada vez más su capacidad de procesamiento en pro de la disponibilidad para los usuarios. Todo ello, a su vez viene respaldado por [modelos de programación ligeros](#) que, a través de la simplicidad facilitan el crecimiento de las aplicaciones mientras permiten reutilizar la programación así como ensamblar productos de forma creativa (aumentando de este modo la productividad); algo que viene de la mano de nuevas herramientas que permiten a las aplicaciones Web 2.0 ofrecer experiencias más enriquecedoras al usuario, en el momento que sea y desde cualquier lugar, algo fundamental en un momento en que prima la conectividad y la movilidad promovida por los dispositivos móviles.

Estos principios cobran fuerza en las redes sociales, las cuales constituyen la parte más visible y prometedora de la web 2.0 (Sánchez Carballido, 2008), una evolución de internet basada en las relaciones interactivas, abierta a los internautas que quieran participar en los procesos comunicativos de producción, difusión, recepción e intercambio de todo tipo de archivos (Cebrián Herreros, 2008), gracias a lo cual se establece una estructura de la información más horizontal y democrática (Balagué y Zayas, 2007). Esto supone el trabajo entre iguales en la red por unos intereses comunes, algo que se manifiesta de forma más evidente en los grupos de usuarios unidos por afinidades, experiencias o intereses, entre los que se encuentran, como ya apuntábamos antes, la comunidad académica a través de las redes de conocimiento.

Ahora bien, conviene aclarar antes de avanzar más en la materia, en qué consisten estas redes. Hay muchas formas de apelar a ellas, las cuales más allá de unir a investigadores de todas partes del mundo, son focos de incesantes creación, desarrollo compartido de saber, y por ende, de progreso. Lo que nosotros hemos denominado redes de conocimiento, otros autores lo llaman redes de investigación. Su prioridad imprescindible es la necesidad de comunicar y divulgar la comunicación científica, tratando que llegue a una gran cantidad de lectores, y para ello se hace uso de la red, con la finalidad de que a través de un mensaje y un enlace o un archivo adjunto, llegue la información a todos sus integrantes (Juana Arriaga Méndez, Marcos G. Minor Jiménez y Mónica Luz Pérez Cervantes, 2012).

García-Aretio (2007) atribuye a estas redes los objetivos de compartir, cogenerar y construir conocimientos a partir de sus relaciones y sus intercambios comunicativos, mientras que para Salinas, Pérez y De Benito (2008), los principios básicos serían el intercambio de información y un adecuado flujo de la información que, según los mismos, dependen de la accesibilidad, la cultura de la participación, colaboración, diversidad y compartimento que condicionen la calidad de la vida de la comunidad, las destrezas comunicativas disponibles entre los miembros y el contenido relevante.

Para Sañudo (2012), entre sus actividades están fundamentalmente la producción de conocimiento, gestionar recursos u obtener resultados orientados a la innovación entre otros.

Algunas redes de esta índole trazan su propia definición, como lo hace ResearchGate a través de una explicación gráfica:



Figura 1. Esquema de los tres pilares que definen ResearchGate.

Son diferentes formas de referirse a unas mismas funciones u objetivos: colaborar, comunicar y compartir esencialmente. A estas tres funciones son las que en adelante denominaremos "las tres C", claves fundamentales sobre las que se sustentan este tipo de redes a las que, a partir de este estudio hemos querido dar nuestra propia definición:

"La redes de conocimiento de carácter académico son 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 de 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".

En muchos casos a estas características se les suma un factor que sin duda confiere más valor social a este tipo de redes: el acceso abierto.

El acceso abierto es un movimiento que permite acceder libremente a recursos de carácter científico o académico que se encuentran en internet y que, salvo limitaciones tecnológicas y de conexión a la red del usuario no deberían estar restringidos por otro tipo de imposiciones (Suber, 2006). Así pues queda permitida su descarga, lectura, distribución u otros usos dentro de la licencia en la que se incluya, que suele ser habitualmente Creative Commons, que es uno de los sistemas más habituales en materia de publicación en abierto, y que abarca diversas tipologías en

función de los permisos que se den, ya sean éstos de reconocimiento de autoría, de uso no comercial, o de modificación de la obra entre otros.

El mundo abierto es una filosofía cuyos principios básicos, según Tapscott (2012), son la colaboración, la transparencia, el compartir y el empoderamiento. Hoy por hoy se ha convertido en una alternativa viable avalada por declaraciones de carácter internacional encargadas de dar forma a este concepto, tales como la declaración de Budapest (Budapest Open access Initiative) formalizada en 2002, la declaración de Bethesda (Bethesda Statement on Open Access Publishing) de junio de 2003 o la declaración de Berlín (Berlin Declaration on Open Access to Knowledge in the Sciences and Humanities), de octubre de 2003.

Estas declaraciones así como las que les siguieron sostienen la necesidad de fomentar el principio de acceso abierto para conseguir un acceso mayor y menos complejo al conocimiento, por lo que su idiosincrasia ha sido adoptada por algunas de las redes que hemos seleccionado en el presente estudio y que vamos a ver en el siguiente apartado.

3. Material y métodos

Una vez tenemos la definición de lo que son las redes de conocimiento procedemos a llevar a cabo un análisis de una selección de las mismas. La premisa fundamental a la hora realizar dicha selección ha sido que se tratara de redes destinada a la comunidad académica, así como que tuvieran una marcada intención social, es decir, que permitieran el diálogo a partir de la interconexión de usuarios. Además de ello, hemos tenido que discernir entre dos tipos de redes de esta índole: por un lado las de corte generalista y por otro las específicas de una materia concreta.

En cuanto a las de carácter generalista la selección se ha hecho teniendo en cuenta la cantidad de usuarios que tienen registrados, la cantidad de documentos que albergan, y considerando la Ley de Metcalfe, según la cual, el valor de una red de se incrementa proporcionalmente al cuadrado del número de usuarios del sistema (n^2), lo cual Foglia (2009) muestra a través del siguiente gráfico:

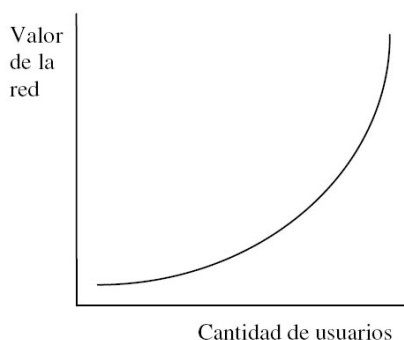


Figura 2. Ley de Metcalfe

Con todo, nos hemos quedado con tres redes fundamentales: ResearchGate (2,2 millones de usuarios y 35 millones de documentos), Academia.edu (2.201.270 usuarios y 1.661.926 documentos a día 6 de febrero de 2013) y Mendeley (2.153.818 usuarios y 351.357.178 documentos a día 8 de febrero de 2013). La supremacía de estas redes también viene respaldada por su repercusión mediática y el interés de inversores en ellas, así como por premios recibidos. Muestra de lo primero es el espacio que le dedica a Mendeley el blog del *Wall Street Journal*, *Tech Europe*, o *The Guardian*, que la situó en el puesto número 6 en el "Top 100 Tech Media Companies", o las menciones como "European Start-up of the Year 2009" (Plugg.eu) o "Best Social Innovation Which Benefits Society 2009" (TechCrunch Europas).

En cuanto al interés que este tipo de redes suscitan más allá del mundo académico lo vemos con ResearchGate, que cuenta con potentes inversores como Founders Fund, con la colaboración de Benchmark Capital, Accel Partners o otros como Michael Birch, o David O. Sacks, que confían en el potencial de la red, tal y como lo puso de manifiesto Luke Nosek, cofundador y socio de Founders Fund: "Tenemos un gran aprecio por el éxito que el equipo de ResearchGate ha demostrado desde que la compañía fue fundada. Realmente creemos que la red tiene el potencial de cambiar un sistema muy anticuado" (2012).

En relación a las redes especializadas los criterios de selección han sido diferentes; nos hemos basado fundamentalmente en la afinidad y cercanía al campo de la comunicación y de los medios (dentro de las humanidades y las ciencias sociales). Así pues nos hemos centrado en las siguientes: Social Science Research Network (en

adelante SSRN), Hnet, ECREA, NECS, ScreenSite, Society for Cinema and Media Studies y Portal de la Comunicación.

Así pues nos encontramos ante una selección diez (tres generalistas y siete especializadas). Entre ellas tenemos las que abogan por el acceso abierto (ResearchGate, Academia.edu, Mendeley, H-net, Portal de la Comunicación y Screen Site) y las que no (SSRN, Society for Cinema and Media Studies, ECREA y NECS); a partir de todas ellas hemos llevado a cabo un análisis cualitativo, para lo cual hemos establecido una serie de variables (un total de setenta) agrupadas en cinco categorías, que a su vez se desglosan en otros apartados más concretos, que nos permiten extraer las características de la red pero también de los usuarios que participan o de sus contenidos, y ver en qué consisten, qué ofrecen o cómo contribuyen a la comunicación y el intercambio, entre otros. Estas cinco categorías son las siguientes:

1. Parámetros generales: Este apartado nos ofrece una idea general de la red, tanto de su magnitud como de las características básicas que la definen tales como el tipo de usuarios al que va dirigido, el ámbito territorial que abarca o sus objetivos (entre otros once parámetros).

2. Ficha de usuario: Es un apartado formado por veintidós ítemes consistentes en los campos a rellenar que se solicitan cuando se hace un nuevo registro. Esto nos permite ver el tipo de información que este tipo de redes consideran de relevancia a la hora de establecer los perfiles de usuarios.

3. Servicios y recursos: Se trata de una relación de veintiocho acciones y recursos que determinan las posibilidades que tienen los usuarios en la red, desde la realización de búsquedas, hasta la opción de contribuir aportando archivos o la creación de grupos de trabajo. Muchos de ellos procedentes de las redes sociales convencionales, como pueda ser la existencia de un muro o chat; pero a parte hay otros de gran utilidad para académicos como repositorios donde albergar los documentos de los propios usuarios a la vez que consultar los de otros, bookmarking, la posibilidad de elaborar citas o los enlaces a bases de datos de carácter científico o académico. Este apartado además, determina la implicación de la red y de las herramientas y recursos de ésta en la consecución de las tres C (comunicar, colaborar y compartir), que son los pilares fundamentales de este tipo de redes.

4. Contenidos: Este apartado permite analizar el tipo de archivos que tiene la red así como la organización de los mismos o el acceso (si requieren ser un usuario registrado para poder verlos, si permite su descarga o si deja acceder a toda la información o sólo a una parte, entre otros).

5. Otros: Aquí incluimos otro tipo de datos que no tienen cabida en los apartados anteriores pero que son de relevancia.

Una vez llevado a cabo el análisis cualitativo de las redes a partir de los parámetros que engloba cada categoría, hemos querido extraer una representación numérica de éstas a través de porcentajes. Lo que pretendemos es afirmar a partir de una cifra, en qué medida cada red se acerca al concepto que planteamos de redes de conocimiento, independientemente de si éstas son generalistas o especializadas.

Esto no lo hemos podido extraer a partir de los parámetros iniciales, ya que entre los setenta que hemos establecido muchos de ellos no tienen especial relevancia o son de carácter descriptivo y por ende no servirían. Así pues, partiendo de nuestra concepción ideal de plataformas de conocimiento, hemos hecho una selección de los 25 aspectos más relevantes a la hora de definirlos, dándole a cada uno de ellos un valor de cuatro puntos, o lo que sería lo mismo, del 4% del total:

Participación en redes sociales	Comunicación con los usuarios	Comunicación entre usuarios	Carácter mundial	Seguir / ser seguido
Gratitud	Buscador	Suscripción a temas de interés	Subir archivos	Bajar archivos
Invitar contactos	Citación	Creación de grupos de trabajo	Compartir enlaces	Muro
Chat	Foro	Recomendación de usuarios	Envío de actualizaciones	Repositorio

Calendario de eventos	Ofertas de empleo	Estadísticas	Noticias	Bookmarking
-----------------------	-------------------	--------------	----------	-------------

Figura 3. Aspectos relevantes para definir una plataforma de conocimiento

4. Análisis y resultados

A partir de los 25 parámetros establecidos y tras haber realizado el análisis cuantitativo obtenemos los siguientes resultados acerca de en qué medida las redes estudiadas se acercan al ideal de redes de conocimiento de carácter participativo que se desarrollan en internet desde los colectivos de investigadores y académicos:

Generalistas	
ResearchGate	84%
Academia.edu	75%
Mendeley	75%
Especializadas	
Society for Cinema and Media Studies	80%
Social Science Research Network	61%
H-net	52%
Portal de la Comunicación	49%
ECREA	39%

NECS	33%
Screen Site	30%

Figura 4. Porcentaje de aproximación al ideal de redes de conocimiento en internet

Las cifras demuestran que las generalistas se acercan más a la idea que tenemos de red académica que las especializadas (excepto en el caso de la red Society for Cinema and Media Studies), destacando entre todas ResearchGate, que es a la vez la más popular. Esto puede deberse a que, al tener mayor número de usuarios y participación de los mismos, se pueda ir viendo con mayor fluidez cuáles son las necesidades reales que éstos tienen e ir adaptando la red. También se puede observar cómo poco tiene que ver si son redes de pago o gratuitas, ya que hay gratuitas con una puntuación relativamente baja, como Screen Site (con un 39%) y otras de pago como Society for Cinema and Media Studies, con una puntuación alta (80%). Algo que también es determinante es la internacionalidad; para ello nos basamos especialmente en los idiomas en los que está establecida, que por norma general es el inglés. La única que se sale de lo habitual es Portal de la Comunicación, apostando por el catalán, el castellano y el portugués, con lo cual, a pesar de no funcionar como las otras en lengua sajona, también amplía miras apostando por un alcance más allá de las fronteras estatales. Esta plataforma como vemos se encuentra prácticamente en el ecuador del ideal y es que más que una red como tal, se plantea como un portal, aunque nosotros hemos decidido tomarla en consideración por su idiosincrasia, su labor, y su marcado carácter social que la acercan a la idea de plataforma de conocimiento. Además, dado que estamos ante una plataforma dedicada a la comunicación vamos a dedicarle especial atención en las líneas siguientes.

Portal de la Comunicación destaca fue creada en 2001 y se ocupa, tal y como se apunta desde la propia plataforma, de ofrecer información y documentación especializada en los diferentes ámbitos de la comunicación, orientada a los investigadores, estudiantes y profesionales de este campo, servir de punto de encuentro e intercambio de ideas entre estudiosos que comparten unas mismas o similares inquietudes intelectuales, ofertar contenidos de producción propia, seleccionar y sistematizar la información disponible en la red sobre comunicación,

ofreciendo enlaces a las webs y a los contenidos que se consideran de mayor interés o fomentar la investigación en ciencias de la comunicación.

Es una plataforma bastante amplia que no solamente cuenta con estudiantes o recién licenciados con poca experiencia, sino también con profesionales con larga trayectoria. Está muy ligada a las redes sociales, no solamente por su presencia en ellas, sino porque es a través de ellas como se crea la comunidad. Es decir, a diferencia de otras plataformas que tienen su propia red interna para la cual se requiere inscripción, en Portal de la Comunicación la afiliación se hace a través de facebook o twitter, así como la búsqueda de usuarios, su información de contacto, o la publicación de novedades, lo cual demuestra su apuesta por la integración y uso de las redes sociales en un todo.

En lo que a su web respecta, alberga un gran número de recursos académicos desde un directorio, además de contenidos creados por ellos mismos como las "Lecciones" (publicaciones propias encargadas a profesores de diferentes países sobre temas vinculados a los programas docentes de los estudios en comunicación, con más de sesenta documentos) o "Dossiers" (textos breves o compilaciones de enlaces o material multimedia vinculado a temas de actualidad, que suma alrededor de noventa documentos), aunque conviene anotar que se echa en falta un repositorio creado por los propios usuarios sin la necesidad de redirigirnos a otras páginas a través del directorio que citábamos.

También incluye el apartado de agenda, en el que se puede buscar el día, semana o mes concreto para ver con qué actividades cuenta tales como congresos, talleres, premios o jornadas diversas, bien se realicen en España u otros países; esto en lo que refiere a eventos. Dentro de la agenda también está la sección de fechas límite para enviar propuestas a revistas o congresos, lo cual resulta de gran utilidad especialmente para los académicos interesados en publicar y en participar en este tipo de convocatorias.

Otro aspecto importante a destacar en relación Portal de la Comunicación es la distribución por categorías de los distintos recursos (lo cual facilita notablemente la búsqueda), así como su gran vinculación con las redes sociales y su participación activa en ellas. Desde la propia web existe el apartado "Comunidad" donde se puede hacer el seguimiento de las publicaciones que tiene tanto en facebook como en twitter, las cuales no se limitan a comentarios livianos sino a la aportación de

materiales de interés también por estas vías, los cuales también pueden llevarse a cabo por los propios usuarios.

También es notorio el hecho de, como apuntábamos antes, presentarse en catalán, español y portugués, y no en inglés, que es el idioma más habitual en este tipo de plataformas, lo cual es una nueva vía que se abre para los investigadores iberoamericanos, a pesar de que limite oportunidades de participación a los usuarios de otros países ajenos a estas lenguas.

Más allá de estas observaciones podemos afirmar que es una red de referencia, por la calidad de sus contenidos, así como por la claridad de los diferentes recursos que utiliza y el acceso a los mismos, y atendiendo a cifras numéricas, por la cantidad de usuarios que participan, aportan, se instruyen y comparten, que son, en facebook más de 4.300 y en twitter más de 2.300, algo que pone de manifiesto el interés que suscita y su labor en el campo de la comunicación.

Ahora bien, uno de los problemas más comunes no que afectan no solamente a Portal de la Comunicación, sino en general a este tipo de redes es que, a pesar de que cuentan con muchos usuarios suscritos, no todos participan, o si lo hacen, a menudo se da cierto grado de abandono una vez han cubierto sus necesidades informativas sin hacer nuevas contribuciones. Podemos decir que sólo una parte de los usuarios registrados participa activamente y con cierta regularidad en la consecución de las tres C. En cambio, para el buen funcionar esto es fundamental, ya que, para la construcción real de conocimiento en los entornos virtuales, atendiendo a las palabras de Nó Sánchez (2008), es necesario que se cumplan las condiciones de compromiso activo, participación, interacción frecuente y conexión con el mundo real, algo que liga también con el testimonio de Arriaga Méndez, Minor Jiménez y Pérez Cervantes (2012), según los cuales el sentido y objetivos de una red se harán realidad con el trabajo de los participantes.

Además de estas cuestiones, ¿qué ocurre si los artículos que se cargan no pasan por ningún proceso de revisión? En este caso no hablamos tanto de Portal de la Comunicación como de otras redes que cuentan con un repositorio integrado en la propia plataforma. Si bien es cierto que hay redes que sí contemplan este asunto como H-net o SSRN, en otras en cambio no se hace filtrado alguno, lo cual, más que favorecer al avance en colectivo, lo perjudica.

Con lo cual nos encontramos, por un lado, con la necesidad de una revisión antes de que los documentos estén disponibles y por otro implementar este tipo de plataformas en la rutina de los investigadores, de tal forma que las vean como un lugar de debate e intercambio, donde además de recibir puedan aportar contenidos de forma regular.

5. Conclusiones

Un nuevo paradigma está acechando las formas clásicas de creación y comunicación dentro de la comunidad académica. Ya lo sugería Lévy (2004) cuando afirmaba que teníamos que dejar de lado el concepto cartesiano del "cogito" para dar paso al "cogitamus".

Hoy investigadores de todo el mundo se aferran a esa necesidad de pensar en colectivo y por el colectivo, con el fin de poder avanzar unidos. Y es que el hecho de compartir un trabajo o unos resultados permite que otros investigadores o académicos tomen el relevo, haciéndolo progresar exponencialmente, o permitiendo la apertura a nuevas vías de estudio que a falta de tal investigación previa no podían llevarse a cabo. Con lo cual vemos crecer a diario la producción de artículos y materiales que servirán a su vez para la creación de nuevas investigaciones, promoviendo una evolución sin fin.

Una rueda en que los agentes que participan son a la vez aprendices y maestros, aportando su propia experiencia y sirviéndose de la de otros, de tal modo que las tradicionales estructuras jerárquicas dejan paso al trabajo colaborativo, el liderazgo compartido, la participación y la coordinación (Gairín, 2006), algo que se hace a través de las redes de conocimiento hospedadas en internet.

Redes de este tipo las hay dispares. Algunas albergan en una misma plataforma las disciplinas más variadas como ResearchGate, Mendeley o Academia.edu permitiendo la transversalidad del conocimiento; otras en cambio están especializadas en una materia concreta, consiguiendo unir con más precisión a los expertos de un campo de estudio.

Sea como fuere, la voluntad de estas redes radica en la fundación de un espacio de cooperación entre sus usuarios, para lo cual cuentan con una serie de recursos y servicios que se han desarrollado aplicando las ventajas de la web 2.0 al

campo de la investigación tales como el trabajo y la colaboración en línea, la creación de grupos de interés, la comunicación mediante chats u otro tipo de mensajería o la posibilidad de intercambio de documentos entre otras muchas opciones, que han sido posibles gracias a la situación tecnológica actual.

No obstante no solamente la tecnología ha permitido este cambio, sino que en su consecución ha sido fundamental un cambio de mentalidad de la comunidad investigadora, que ha visto cómo estas nuevas formas de conocimiento permiten un mayor avance a nivel personal así como en lo referente al bien de la comunidad. Avances que se dan de forma aun más aguda cuando las redes son de acceso abierto, una filosofía cada vez más apoyada por grupos de usuarios pero también desde las propias instituciones internacionales. Un ejemplo lo tenemos en las palabras de la vicepresidenta de la Comisión Europea, Neelie Kroes (2012), que anima a trabajar en la investigación en colectivo y en abierto:

"Cada vez que formes parte de la cadena de valor, tanto como investigador, como inversor o como responsable político, mi mensaje es claro: vamos a invertir en herramientas colaborativas que nos permitan progresar".

Y así lo han hecho grupos de investigadores a través de las redes de conocimiento que nos ocupan. Unas redes que no obstante y a pesar del entusiasmo teórico que suscitan se encuentran aun en una fase incipiente, aunque muchas de ellas se encuentren años en funcionamiento.

Es por ello por lo que aun vemos algunas cuestiones que necesitan seguir creciendo tales como el compromiso entre los usuarios o las mejoras alusivas a la revisión de los contenidos para garantizar la calidad que éstos requieren. Y es que la evolución, aunque sea constante, no es sencilla y más aun cuando hablamos de terrenos que no solamente no se han explorado sino que están en pleno proceso de desarrollo. A pesar de ello esta nueva forma de creación y divulgación de contenidos académicos es ya una realidad que cada vez toma más fuerza, gracias a la vocación de la comunidad investigadora de romper barreras y unirse por el progreso.

Referencias bibliográficas

ARRIAGA MÉNDEZ, J.; MINOR JIMÉNEZ, M.G.; PÉREZ CERVANTES, M.L. Retos y desafíos de las redes de investigación. **Revista Iberoamericana sobre calidad, eficacia y cambio en educación**, v. 10, n. 3 p. 178-183, 2012

Disponible en: <<http://www.rinace.net/reice/numeros/arts/vol10num3/art13.pdf>>. Acceso: 12 en. 2013

BALAGUÉ, F.; ZAYAS, F. Usos educatius dels blogs. Recursos, orientacions i experiències per a docents. **Dossiers Did@c-TIC's**, v. 3, p. 18, 2007.

BUTCHER, M. **The Europas: The Winners and Finalists**. Jul. 2009.

Disponible en: <techcrunch.com/2009/07/09/the-europas-the-winners-and-finalists>. Acceso: 15 oct. 2012

COBO ROMANÍ, C.; PARDO KUKLINSKI, H. **Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food**. Barcelona: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals Universitat de Vic, 2007.

CEBRIÁN HERREROS, M. La Web 2.0 como red social de comunicación e información. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**, v. 14, p. 345-361, 2008.

FOGLIA, G. **¿Cómo se comportan las Redes Sociales según las Leyes de Moore y Metcalf?**, 2009. Disponible en: <<http://www.iprofesional.com/notas/87619-Como-se-comportan-las-redes-sociales-segun-las-leyes-de-Moore-y-Metcalf.html>>. Acceso 10 nov. 2012

GAIRÍN, J. Las comunidades virtuales de aprendizaje. **Educador**, v. 37, p.41-64, 2006. Disponible en:

<<http://www.raco.cat/index.php/educador/article/viewFile/58020/68088KEREKI>>

Acceso: 20 nov. 2012

GARCÍA-ARETIO, L. Redes y comunidades. **Comunicación y Pedagogía**, v. 223, p. 28-33, 2007.

HERNÁNDEZ REQUENA, S. El modelo constructivista con las nuevas tecnologías: aplicado en el proceso de aprendizaje. **Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento**, v. 5, n. 2, p. 26-35, 2008.

Disponible en: <<http://www.uoc.edu/rusc/5/2/dt/esp/hernandez.pdf>>. Acceso: 1 oct. 2012

KROES, N. **Let's Make Science Open**, 2012.

Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=6sJbi2eaPXc>> Acceso: 5 en. 2013

LÉVY, P. **Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio**. Washington D.C.: Organización Panamericana de la Salud, 2004.

MAX PLANCK SOCIETY. **Berlin Declaration on Open Access to Knowledge in the Sciences and Humanities**, 2003. Disponible en: <<http://oa.mpg.de/lang/en-uk/berlin-prozess/berliner-erklarung>>. Acceso: 10 feb. 2013

NÓ SÁNCHEZ, J. Monográfico comunicación y construcción del conocimiento en el nuevo espacio tecnológico. **Revista de universidad y sociedad del conocimiento**, v. 5, n. 2, p. 2-3, 2008.

Disponibile en: <<http://rusc.uoc.edu/ojs/index.php/rusc/article/view/v5n2-comunicacion-y-construccion-del-conocimiento/v5n2-no>>. Acceso: 30 oct. 2012

OPEN SOCIETY INSTITUTE. **Budapest Open Access Initiative**, 2002.

Disponibile en: <<http://www.opensocietyfoundations.org/openaccess/read>>. Acceso: 10 oct. 2012

O'REILLY, T. **What is web 2.0.**, 2005.

Disponibile en: <<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acceso: 25 oct. 2012

SALINAS, J.; PÉREZ, A.; DE BENITO, B. **Metodologías Centradas en el Alumno para el Aprendizaje en Red**. Madrid: Síntesis, 2008.

SÁNCHEZ CARBALLIDO, J. R. Perspectivas de la información en Internet: ciberdemocracia, redes sociales y web semántica. **ZER Revista de Estudios de Comunicación**, v. 25, p.61-81, 2008.

SAÑUDO, L. El papel de las redes profesionales de investigación e un mundo globalizado. **Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación**, v. 10, n. 3, p. 136-143, 2012.

Disponibile en: <<http://www.rinace.net/reice/numeros/arts/vol10num3/art9.pdf>>. Acceso: 5 en. 2013

STATEMENT ON OPEN ACCESS PUBLISHING. **Bethesda Statement on Open Access Publishing**, 2003.

Disponibile en: <<http://legacy.earlham.edu/~peters/fos/bethesda.htm>>. Acceso: 10 oct. 2012

SUBER, P. **Una introducción al acceso abierto**. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2006.

Disponibile en:

<<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/secret/babini/Peter%20Suber.pdf>>.

Acceso: 11 feb. 2012

SUROWIECKI, J. **The Wisdom of Crowds**. New York, United States: Anchor Books, 2004.

TAPSCOTT, D. **Four Principles for the Open Word**, 2012.

Disponibile en:

<http://www.ted.com/talks/don_tapscott_four_principles_for_the_open_world_1.html>. Acceso: 11 feb. 2012

THE GUARDIAN. **The top 100 tech media companies**, 2009.

Disponibile en: <<http://www.guardian.co.uk/tech-media-invest-100/top-100>>. Acceso: 3 mar. 2012

WAUTERS, R. **Winners for Plugg Start-Ups Rally 2009 announced**, 2009.
Disponível em: <<http://plugg.eu/media/blog/p/detail/winners-for-plugg-start-ups-rally-2009-announced>>. Acesso: 3 mar. 2012