

Visibilidad de la *Universitat de les Illes Balears* en las redes sociales

Visibility of the *University of the Balearic Islands* on social media

Esther Fernández-Ramos

Citación recomendada:

Fernández-Ramos, Esther (2025). "Visibilidad de la *Universitat de les Illes Balears* en las redes sociales [Visibility of the *University of the Balearic Islands* on social media]". En: Dinu, N. R.; Baiget, T. (eds.). *Divulgación, Transferencia e Impacto Social de la Ciencia*. Granada: Ediciones Profesionales de la Información. ISBN: 978-84-125757-2-9.

<https://doi.org/10.3145/codi2025/016>



Esther Fernández-Ramos

<https://orcid.org/0000-0002-8798-7340>

<https://directorioexit.info/ficha4014>

Universitat de les Illes Balears

Cra. de Valldemossa, Km 7,5

07122 Palma (Illes Balears), España

esther.fernandez@uib.es

Resumen

Este estudio analiza la visibilidad de la *Universitat de les Illes Balears* (UIB) a través de la presencia de sus investigadores en redes sociales (*ResearchGate*, *Academia.edu*, *LinkedIn* y *X*), y compara los datos con los obtenidos a través de una encuesta en el curso 2019-2020. Los resultados indican un aumento en los perfiles con filiación *UIB*, aunque la presencia en la red más generalista sigue siendo baja. Uno de los desafíos detectados es la dispersión en las variantes de nombre de la universidad, además de la necesidad de aumentar la difusión a la sociedad de los resultados de la investigación en el contexto de la ciencia abierta.

Palabras clave

Investigadores universitarios; Visibilidad institucional; Redes sociales; Divulgación científica; Reputación online; Comunicación científica; Desinformación; *Universitat de les Illes Balears*; Redes sociales.

Abstract

This study analyzes the visibility of the *University of the Balearic Islands* (UIB) through the presence of its researchers on social media platforms

(ResearchGate, Academia.edu, LinkedIn, and X) and compares the data with those obtained from a survey conducted during the 2019-2020 academic year.

The results indicate an increase in profiles affiliated with *UIB*, although presence on the most generalist network remains low. One of the challenges identified is the dispersion of institutional name variants, as well as the need to enhance the dissemination of research results to society within the framework of open science.

Keywords

University researchers; Social Media; Communication in science; Institutional visibility; Misinformation; *University of the Balearic Islands*; Social Media.

1. Introducción

“Todo el mundo está en las redes”. Esta es una frase que se repite una y otra vez en conversaciones, blogs, los medios... La realidad es un poco más concreta: según el *Digital 2024 Global Overview Report*, un 66,2 % de la población mundial usa Internet y hay un 62,3% de identidades de usuario activas en redes (**Kemp, 2024**). Respecto a la población española de entre 12 y 74 años, el porcentaje sube al 80,7%, e incluso hasta el 86% si solo tenemos en cuenta a los usuarios de Internet (*IAB Spain, 2024*).

Muchos organismos públicos, las universidades entre ellos, han buscado tener presencia en las redes para poder llegar al público allí donde esté. En sus propios dispositivos, en el momento en el que les vaya mejor. La *Red de Bibliotecas Universitarias y Científicas Española, REBIUN*, mantiene un directorio en:

<https://www.rebiun.org/directorio-redes-sociales>

Por otra parte, los investigadores ligados a las universidades no siempre han tenido la misma actitud hacia las redes. Sin embargo, la divulgación en redes sociales puede aumentar tanto su visibilidad como la de la institución a la que pertenecen.

En este contexto, este estudio recoge la línea de otro que se llevó a cabo durante el curso 2019-2020 entre el personal docente e investigador (PDI) de la *Universitat de les Illes Balears (UIB)* para conocer el uso que hacían de las redes sociales (**Fernández-Ramos, 2020**).

En ese momento, los resultados de la encuesta realizada (con 75 respuestas de un total de 1.049 PDI) mostraron que el uso profesional, entendido como el relacionado con su labor como investigador y/o docente, dependía de cada red.

Por una parte, había una presencia mayoritaria en redes académicas como *ResearchGate* (79%) y *Academia.edu* (51%), y más de la mitad tenían cuenta en una red profesional como *LinkedIn* (57%).

Por otra parte, de las redes generalistas, la más utilizada era *Facebook*, con un 70% de usuarios, de los que un 14% de ellos hacía uso combinado personal-profesional, y solamente un 2% mantenía una cuenta puramente profesional. Si lo trasladamos al total de respuestas recibidas, un 20% del total del *PDI* hacía algún uso profesional de la red y solamente un 2,9% de forma exclusiva.

Respecto a *Twitter*, un 59% tenía cuenta, aunque solamente la mitad la usaba de forma profesional. Sin embargo, en este caso las proporciones mostraron una mayor presencia de cuentas profesionales, con un 29%, y un 20% de cuentas combinadas personal-profesional. Incluso así, representaba algo menos del 30% del total de las respuestas recibidas.

Estos datos mostraban una división en el uso de las redes: académicas y profesionales para uso profesional, y generalistas para un uso mayoritariamente personal.

Los encuestados incluyeron el difundir su trabajo a la sociedad en general, sin embargo, la elección de las redes estaba enfocada al público profesional, especializado o no.

En el contexto actual de cambio hacia una ciencia más abierta que contribuya al acercamiento entre la ciencia y la sociedad, la *Estrategia Nacional de Ciencia Abierta (ENCA)* incluye como una de las dimensiones que identifica el “Acceso abierto a resultado de investigación: poner a disposición de la sociedad toda la investigación financiada con fondos públicos, aumentar su visibilidad y difusión y mejorar la transferencia del conocimiento” (*España. Ministerio de Ciencia e Innovación*, 2023).

Tanto en ese contexto, como en el que tanto el número de investigadores como de publicaciones científicas no para de crecer (aunque de forma más lenta desde el 2022, después del pico de los años 2020 y 2021) (*FECYT*, 2025), es importante encontrar formas de llegar a los diferentes públicos: tanto a la comunidad científica como a la sociedad en general.

2. Objetivos

En 2020, cuando se completó la encuesta, la pandemia supuso un cambio en los hábitos de uso de las redes, que también aumentaron en número de usuarios hasta el 49% de la población (**Kemp**, 2020). En el 2024 el número de identidades usuarias suponían un 62,3% de la población mundial (**Kemp**, 2024).

Este aumento general del uso de las redes sociales ha ocurrido en diferentes niveles y de una forma irregular, puesto que en los estudios mencionados también se aprecian cómo unas redes aumentan o disminuyen de usuarios en comparación con otras.

Puesto que la visibilidad de los investigadores en las redes les afecta a ellos mismos tanto como a las instituciones a las que pertenecen, el objetivo principal de este estudio es descubrir cómo es actualmente la presencia de los investigadores de la *UIB* en algunas de las redes sociales más utilizadas por ellos en España.

- Identificar en las redes elegidas a los investigadores de la *UIB*.
 - ¿Hay diferencias entre las diferentes redes?
- Analizar si ha habido cambios en su uso en los últimos 5 años (tomando como referencia la encuesta del curso 2019-2020).
 - ¿Se refleja de alguna manera el nuevo escenario de ciencia abierta?

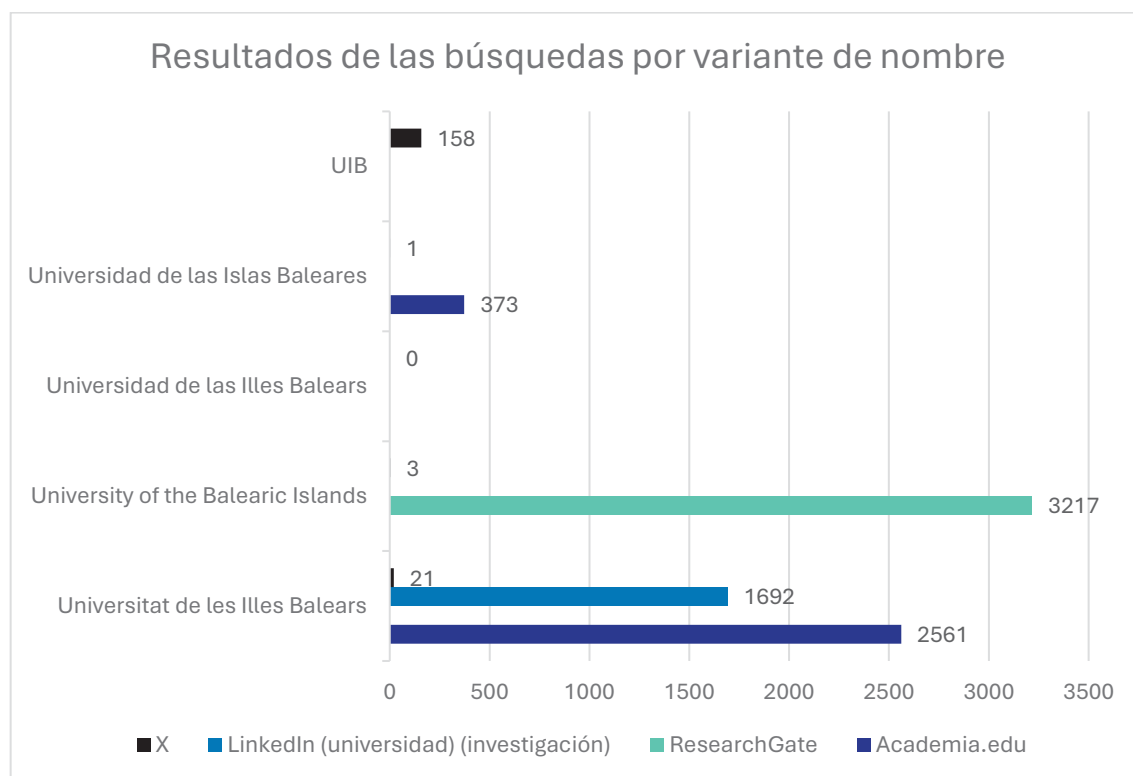
3. Metodología

Al partir de un estudio inicial, para poder realizar comparaciones, se ha utilizado como base para elegir las redes sociales. Estas son:

- *Academia.edu*: cuentas con filiación *Universitat de les Illes Balears* y *Universidad de las Islas Baleares*
- *ResearchGate*: cuentas con filiación *University of the Balearic Islands*
- *LinkedIn*: cuenta como institución universitaria
- *X*: usuarios con vinculación expresa a la universidad en su descripción (cualquier tipo de vinculación)

En cada una de ellas se ha realizado una búsqueda por una o varias de las formas del nombre de la universidad (oficiales o no, en el caso de una variante en castellano con frecuentes resultados en las búsquedas institucionales). La que ha presentado más variaciones es la red generalista *X*:

- *Universitat de les Illes Balears* (oficial)
- *University of the Balearic Islands* (oficial)
- *Universidad de las Illes Balears* (oficial)
- *Universidad de las Islas Baleares* (no oficial)
- *UIB*: en este caso hay una dificultad añadida, puesto que la *Universidad de Bergen* comparte las siglas.



Puesto que el principal objetivo es analizar la visibilidad en las redes, las búsquedas se han hecho a través de las cajas de búsqueda proporcionadas por las mismas redes, ya que esa es la forma en la que un usuario llegaría a la información desde la misma red (no se ha tenido en cuenta la recuperación a través de motores de búsqueda).

Sin embargo, cuando ha sido posible, se han utilizado herramientas de *scraping* para facilitar la recopilación de los datos. Concretamente, la extensión *TW Search Export* para X e *Instant data scraper* para ResearchGate.

En el caso de X, tras la obtención de los datos, se han limpiado para eliminar los que no pertenecían a la *Universitat de les Illes Balears*. Sin embargo, se decidió mantener todas las cuentas con filiación *UIB* aunque no fueran individuales.

4. Resultados

En el póster se incluyen los datos relativos al número de perfiles encontrados:

Red	Búsqueda	Total
ResearchGate	filiación	3.217
Academia.edu	filiación	2.934
LinkedIn	empleados	205
X	biografía	183

Un resultado imprevisto es que *Academia.edu* ofrece resultados tanto por *Universitat de les Illes Balears* (2.561 personas distribuidas en 107 departamentos) como por *Universitat de les Illes Balears* (373 personas distribuidas en 20 departamentos), es decir, no ofrece un resultado normalizado. Además, dentro de cada perfil se encuentran departamentos con el nombre tanto en catalán, como en inglés y en castellano.

En el póster también se ofrecen unos datos estadísticos como marco de comparación del número de investigadores de la *UIB* con los del conjunto de España, de Europa y del mundo (los datos son del 2023, excepto los mundiales, que son de 2018).

Ámbito	Año	Fuente	Población	Investigadores
Mundo	2018	<i>Banco Mundial y UNESCO</i>	7.700.000.000	8.854.000
Europa	2023	<i>Eustat y Eurostat</i>	448.753.823	2.150.000
España	2023	<i>INE</i>	48.486.865	175.043
<i>UIB</i>	2023	<i>UIB</i>	2.504	1.806

A partir de los datos obtenidos se pueden destacar una serie de aspectos relevantes:

- Las diferencias en la presencia en unas y otras redes.

La presencia en las redes académicas y profesionales sigue siendo mucho más alta que en las redes generalistas.

- La dispersión en las variantes del nombre de la institución.

En algunas redes, las variantes del nombre de la institución no son relevantes a la hora de las búsquedas porque usan una forma normalizada para unificarlas. Sin embargo, esto supone otro desafío, puesto que no siempre la forma elegida es la preferida por la institución. Por ejemplo, *ResearchGate* utiliza la variante inglesa, *University of the Balearic Islands*, en vez de la oficial en catalán.

Este problema probablemente es complicado de solucionar, puesto que muchos investigadores optan por usar la variante en inglés, incluso cuando no están obligados por las circunstancias, por la interpretación de que mejora su visibilidad internacional.

Otro problema son las redes que permiten introducir el nombre de la institución de forma libre; por ejemplo, en un cuadro de texto para la descripción o biografía del usuario.

- La dificultad en distinguir los tipos de cuentas (personales, profesionales; profesores o investigadores, alumnos, empleados, etc.).

Además del problema de que no todas las personas con cuenta profesional vinculadas a una institución lo reflejan en su perfil, existe el problema de identificar entre los distintos tipos de cuentas.

En las redes donde los usuarios tienen más libertad a la hora de crear su perfil, pueden incluir información sobre la filiación en lenguaje natural tanto como no hacerlo.

5. Conclusiones

La principal conclusión es que hay más investigadores de la *Universitat de les Illes Balears* en las redes sociales que en el anterior estudio. Aunque el número de encuestas respondidas no fuera muy alto (75), una presencia en redes inferior a la actual.

Sin embargo, el uso de las diferentes redes estudiadas es similar, siendo las más utilizadas *ResearchGate*, *Academia.edu* y *LinkedIn*. Estas dos últimas han cambiado posiciones en estos años.

Respecto a *X*, su uso sigue quedando muy por debajo de las otras redes, con solamente 183 cuentas detectadas que mencionan una filiación con la *UIB* (y algunas de ellas son de grupos de investigación, por ejemplo).

Por otra parte, la presencia en redes de los investigadores no siempre contribuye a mejorar la visibilidad de la *UIB*. En ocasiones porque no se menciona la filiación, o porque al usar diferentes variantes se contribuye a la dispersión de la información. A veces incluso podría ser contraproducente, puesto que no existe ningún control sobre la pertenencia real o no, lo que podría hacer que personas ya desvinculadas de la universidad siguieran teniendo la *UIB* como afiliación (aparte de los posibles usos fraudulentos o malintencionados).

Algunas redes están introduciendo la validación de correos institucionales, lo que puede ser útil como medio de comprobar la filiación de los usuarios.

Podría ser interesante que se incluyeran elementos que contribuyan a homogeneizar de alguna forma la imagen de las cuentas, de manera que ayudara a su identificación. Sin embargo, esto podría ocasionar dificultades en los casos de cambios de filiación.

Es especialmente importante realizar un trabajo para la unificación del nombre institucional, además del uso de identificadores únicos y persistentes como el *ROR*. De esa manera se podrán evitar la dispersión y los falsos resultados.

Algo que tampoco está resuelto son los cambios de filiación. En ocasiones el cambio supone la eliminación de la información de la anterior, con la pérdida de información que eso supone.

Un aspecto importante es que, aunque estos problemas son reales, afectan solamente a parte del objetivo del estudio. Sigue habiendo una escasa representación del *PDI* de la *UIB* en las redes generalistas, allí donde se encuentra la sociedad, donde se puede avanzar en el acceso abierto de los resultados de investigación al mundo en general, no solo en un entorno dedicado a la academia.

Esto, además, es parte de un problema más amplio, puesto que actualmente nos estamos enfrentando a un cambio en el ecosistema de las redes sociales, con parte de la academia abandonando *X* para migrar a otras redes. Redes que aún no están establecidas, por lo que la situación actual es más de incertidumbre mientras unos dirigen su mirada a *BlueSky*, otros a *Mastodon*, y otros más aún no saben si deben abandonar *X*, simultanearlo, o seguir buscando la mejor opción para ellos.

Si siempre es importante tener una estrategia para la gestión de las redes sociales, todo esto hace especialmente importante una reflexión sobre cuál es nuestro objetivo y a qué público queremos dirigirnos.

Las redes estudiadas aquí solo son una pequeña muestra del extenso ecosistema existente. Las respuestas a las preguntas anteriores, y a las demás que nos planteemos, deberán ser la guía a la hora de tomar decisiones que nos lleven a llegar a nuestro público y cumplir los objetivos propuestos.

6. Ideas de futuro

Analizar las “nuevas redes” que durante estos años han ido creciendo para tomar un papel muy relevante, como por ejemplo *TikTok*.

A partir de su presencia en las redes, profundizar en el uso que están realizando los investigadores.

Dentro de lo posible, comparar los resultados del *PDI* de la *UIB* con los de otras universidades españolas o internacionales.

7. Referencias

España. Ministerio de Ciencia e Innovación (2023). Estrategia Nacional de Ciencia Abierta (ENCA): 2023-2027. Ministerio de Ciencia e Innovación. <https://www.ciencia.gob.es/Estrategias-y-Planes/Estrategias/ENCA.html>

FECYT (2025). Indicadores de Producción. Plataforma de indicadores, 13 de marzo. <https://indicadores.fecyt.es/#/produccion>

Fernández-Ramos, Esther (2020). *Los investigadores de la Universitat de les Illes Balears en las redes sociales*.

<https://openaccess.uoc.edu/handle/10609/121188>

IAB Spain (2024). *Estudio de Redes Sociales 2024*. IAB Spain.

<https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2024>

Kemp, Simon (2020). *Digital 2020: Global Digital Overview*. DataReportal – Global Digital Insights, January 30th.

<https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>

Kemp, Simon (2024). *Digital 2024: 5 billion social media users*. We Are Social UK, January 31st.

<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users>

Visibilidad de la Universitat de les Illes Balears en las redes sociales



Número de investigadores en...



Creado con Datawrapper

Introducción

El curso 2019-2020 se realizó una encuesta entre el personal docente e investigador (PDI) de la Universitat de les Illes Balears (UIB) para conocer su uso de las redes sociales. La principal conclusión fue que en esos momentos el uso profesional era bastante limitado.

Objetivos

- Descubrir la presencia de los investigadores de la UIB en algunas de las redes sociales más utilizadas por ellos en España, y con ello, la institución a la que pertenecen.
- Analizar los posibles cambios en el uso durante los últimos 5 años (redes, frecuencia o tipos de uso).



Esther Fernández-Ramos (UIB)



Metodología

Redes consultadas:

- Academia.edu
- ResearchGate
- LinkedIn (universidad)
- X

Búsquedas:

- Universitat de les Illes Balears
- University of the Balearic Islands
- Universidad de las Illes Balears (oficial)
- Universidad de las Islas Baleares (no oficial)
- UIB

Resultados

- Diferencias en la presencia en diferentes redes.
- Dispersión en las variantes del nombre de la institución.
- Dificultad en distinguir los tipos de cuentas (personales, profesionales; profesores o investigadores, alumnos, empleados, etc.).

Conclusiones

- Es especialmente importante realizar un trabajo para la unificación del nombre institucional, o el uso de identificadores únicos y persistentes como el ROR, para evitar la dispersión y los falsos resultados.
- La presencia de cuentas que declaran algún tipo de relación con una universidad no siempre contribuyen a mejorar su visibilidad.
- Podría ser interesante que se incluyeran elementos que contribuyan a homogeneizar de alguna manera la imagen de las cuentas, de manera que ayudara a su identificación.

Referencias

- Campos-Freire, F., & Rúas-Araújo, R. (2016). Uso de las redes sociales digitales profesionales y científicas: El caso de las 3 universidades gallegas. *El Profesional de la Información*, 25(3), 431-440. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.13>
- Dafonte-Gómez, A., Míguez-González, M. I., & Puentes-Rivera, I. (2015). Redes Sociales Académicas: Presencia y actividad en Academia.edu y ResearchGate de los investigadores en comunicación de las universidades gallegas. <http://hdl.handle.net/111093/902>
- Rodríguez-Fernández, M.-M., Amboage, E. S., & Martínez-Fernández, V.-A. (2018). Utilización, conocimiento y valoración de redes sociales digitales científicas en las universidades gallegas. *El Profesional de la Información*, 27(5), 1097. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.13>
- 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/R LCS-2016-1141>