

Artículo científico de investigación

DOI: <http://doi.org/10.15517/revedu.v49i2.573>

Presencia y uso de plataformas digitales por profesores de posgrado en pro de la visibilidad universitaria

Digital Platforms Use among Postgraduate Faculty to Enhance University Visibility

Adán Guillermo Ramírez-García
Universidad Autónoma Chapingo
Obregón, México
aramirezg@chapingo.mx
<https://orcid.org/0000-0002-1711-5942>

Elvia Nereyda Rodríguez-Sauceda
Universidad Autónoma Indígena de
México, Los Mochis, México
elviaro@uaim.edu.mx
<https://orcid.org/0000-0002-5672-664X>

Irma Cecilia Castillo-Escalante
Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario 197,
Obregón, México
cecycastillo095@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-9109-8856>

Wileidys Artigas
Universidad Óscar Ribas, Luanda, An-
gola; Universidad del Zulia
Maracaibo, Venezuela
wileartigas@gmail.com
(Correspondencia)
<https://orcid.org/0000-0001-6169-5297>

Recepción: 28 de febrero de 2025

Aceptado: 02 de junio de 2025

¿Cómo citar este artículo?

Ramírez-García, A. G., Castillo-Escalante, I. C., Rodríguez-Sauceda, E. N., & Artigas, W. (2025). Presencia y uso de plataformas digitales por profesores de posgrado en pro de la visibilidad universitaria. *Revista Educación*, 49(2). <http://doi.org/10.15517/revedu.v49i2.573>

Esta obra se encuentra protegida por la licencia Creativa Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional



RESUMEN

El internet ha democratizado la visibilidad de los resultados de investigación generados en las universidades, por lo que, las redes sociales mejoran la conectividad en el ecosistema digital, lo que contribuye a reducir la brecha digital en el ámbito académico y sus contribuciones con la sociedad. El objetivo de la presente investigación fue identificar la presencia y uso de plataformas digitales utilizadas por el cuerpo docente del posgrado en Desarrollo rural regional, de la Universidad Autónoma Chapingo, para determinar si existen diferencias significativas entre aquellos docentes que pertenecen al Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII) y aquellos que no ostentan tal distinción, con el propósito de evaluar la gestión de su identidad digital y su posible influencia en la visibilidad universitaria. La metodología utilizada tuvo un enfoque cuantitativo bajo un paradigma exploratorio, el método empleado es transversal, se recolecta y sistematiza datos de una población en un único momento bajo la técnica de observación y revisión de las plataformas digitales. De los resultados, destaca que la presencia del cuerpo docente de posgrado, en redes sociales académicas, es mínima igual que la gestión de su identidad digital y que no existe una gran diferencia entre las y los docentes que no pertenecen, con los que si pertenecen al SNII. Se concluye que la visibilidad universitaria a través de la gestión adecuada de la identidad digital de sus profesores y profesoras contribuye de manera positiva en los rankings webométricos que miden su presencia y reputación académica. Se recomienda generar estrategias efectivas en cuanto a su presencia y/o uso de redes sociales.

PALABRAS CLAVE: Profesorado universitario, Plataformas digitales, Redes sociales, Identidad digital, Visibilidad académica, Gestión del conocimiento, Difusión del conocimiento.

ABSTRACT

The internet has democratized the visibility of university-led research, while social media has increased connectivity within the digital ecosystem, helping to reduce the digital divide in academia and expand its contributions to society. This study examines both the presence and prevalence of digital platform use among a group of professors of the Rural Regional Development Masters Course at the Chapingo Autonomous University in Mexico. The study also aims to identify notable disparities among those professors in study group who are members of the National System of Researchers (SNII) and those who are not. The objective is to assess how management of faculty digital profiles influences university visibility. The study consisted of a quantitative methodology based on an exploratory paradigm and cross-sectional design. Data was collected from a sample group at a single point in time and systematized using observational techniques and a review of digital platforms. The findings reveal that the professors participating in the study group had minimal presence on academic social media and limited involvement in managing their digital identities, regardless of SNII affiliation. It can be concluded that a university's online presence and reputation, as determined by

webometric rankings, can be strengthened when faculty effectively manage their digital identities, as determined by webometric rankings. Universities could, therefore, benefit from developing and implementing targeted strategies to train faculty in effectively using social media and in enhancing their online presence.

KEYWORDS: University Professors, Digital Platforms, Social Media, Digital Identity, Academic Visibility, Knowledge Management, Knowledge Dissemination.

INTRODUCCIÓN

En la época actual constantemente se enfrentan actualizaciones y mejoras de los dispositivos electrónicos con los que las personas se comunican, alterando así de forma continua la forma en que se llevan a cabo relaciones y socializaciones, lo que evidentemente también influye en la forma en que se produce, consume y difunde conocimiento, generando en consecuencia, una metamorfosis de la existencia como humanos (Ramírez García et al., 2021). En este sentido, y como necesidad en las nuevas realidades la alfabetización digital según Reyna et al. (2018) se refiere a un conjunto de habilidades técnicas, audiovisuales, conductuales, críticas y sociales necesarias para aprender, comunicarse, socializar y contribuir en el espacio digital. Esto incluye habilidades técnicas para utilizar computadoras, software y aplicaciones para desarrollar contenido digital, así como habilidades críticas para evaluar la información y los medios digitales. La alfabetización digital también implica habilidades sociales para interactuar en línea y ser ciudadanos digitales responsables.

No es nueva noticia que esta revolución ha afectado todos los espacios de desempeño, en especial el educativo, que está en constante reestructuración gracias al desarrollo del Internet y de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). En este sentido, las entidades de educación superior están realizando cambios sustanciales con respecto a su oferta académica y sus actividades sustantivas (Ramírez García et al., 2021). Específicamente, después de la pandemia COVID 19, se produjo una disrupción digital de todo lo relacionado a la educación. Como señalan Area y Adell (2021) y Guillén-Gámez y Mayorga-Fernández (2020), es un cambio de época que se caracteriza por transformaciones en todos los ámbitos, que son impulsadas por los cambios y transformaciones de la tecnología digital. Las instituciones educativas en todos los niveles se enfrentan a cambios con relación a esto, aunque sea lentamente, pero gradual y sin retorno.

Este proceso de transformación en la Educación Superior va más allá de la incorporación superficial de tecnologías, la educación del siglo XXI necesita formar parte de estas nuevas prácticas y no postergarla más. Requiere una reconfiguración profunda que involucre la gestión académica, la investigación científica y el compromiso con la sociedad. Las personas investigadoras universitarias son fundamentales en este cambio, al promover la integración de los procesos académicos y la innovación tecnológica para abordar los retos actuales de la educación (Gozálvez-Pérez & Cortijo-Ruiz, 2023; Estupiñán et al., 2020).

Como resaltan Rangel-Pérez et al. (2021) y Alonso-Berenguer et al. (2019), cada día en las universidades a nivel mundial es más común el uso de sistemas de información científica, porque permite indexar una amplia variedad de artículos, libros, capítulos de libros, conferencias, reportes de investigación, entre otros en diferentes idiomas y tienen más posibilidades de ser encontradas y citadas por otros investigadores. Actualmente, el uso de plataformas académicas es de suma importancia para aumentar la divulgación, visibilidad e impacto de las investigaciones. Estas plataformas permiten que los investigadores compartan sus resultados de manera amplia y accesible, lo que facilita su difusión a nivel global. Siendo entonces los investigadores actores fundamentales en los procesos, deben educarse constantemente en relación con estas plataformas.

Para el caso de las universidades, según Romero Carbonell et al. (2023) se entiende como transformación digital a la implementación mezclada de la innovación digital en las distintas partes de la institución, por lo que debe ser estudiada con visión crítica bajo las características propias de cada institución. Para propiciar innovaciones que promuevan la transformación digital de la universidad, y por tanto su visibilidad, se recomienda la creación de estructuras para este fin, por lo que es importante redefinir las estructuras organizativas para propiciar prácticas novedosas en sus recintos, usando estrategias de gestión eficiente del cambio.

Esta transformación digital no puede ignorar la necesidad de la identidad digital, que no solo se refiere a las huellas digitales o sobre la reputación en la red, es un proceso dinámico y permanente que implica dotar de sentido y reinterpretar las propias creencias, valores y experiencias a la luz de los nuevos contextos y marcos de relaciones en la sociedad contemporánea, ofreciendo nuevas formas de acceder al conocimiento y nuevas formas de representación, colaboración, de comunicación y de aprendizaje (Correa & Aberasturi-Apraiz, 2015; Gorospe et al., 2015; Razumovskiy & Moseykin, 2022).

La construcción de la identidad digital del profesorado puede ser un proceso complejo y multifacético que depende de varios factores (Li et al., 2023). Para ello, es necesario que su identidad digital se publique en diferentes redes sociales académicas, incluyendo currículos concisos, claros, destacando sus logros académicos, habilidades relevantes y experiencia. El valor de cada individuo dependería de las habilidades o competencias blandas (actitudes y habilidades asociadas a las mismas) que cada cual desarrolla. Es importante porque permite a las y los profesionales destacar en su campo, ser reconocido por su público potencial, crear valor para su propietario y mejorar su visibilidad online (Gómez-Urrutia & Jiménez Figueroa, 2022; Climent-Rodríguez & Navarro-Abal, 2017). Las universidades deben animar a llevar a cabo estos procesos como parte complementaria del desarrollo de la carrera docente y de investigación.

La visibilidad por lograr por las personas investigadoras se refiere a la medida en que su trabajo de investigación, publicaciones y contribuciones son conocidos/accesibles para la comunidad científica,

así como, el público en general. Abarca factores como el número de citas, el alcance de la publicación, la presencia en línea y el impacto general. La visibilidad es crucial para las y los investigadores, ya que ayuda a establecer su reputación, atraer colaboraciones y oportunidades de financiación, y aumentar la difusión/influencia de su trabajo (Aguillo Caño et al., 2017).

Las redes sociales académicas, ofrecen la posibilidad de crear perfiles de usuario/a, donde las personas investigadoras pueden mostrar su producción científica, incluyendo artículos, citas y colaboraciones. Estos perfiles ayudan a establecer una identidad bibliográfica digital, lo que permite a las personas investigadoras conocer y seguir el trabajo de una determinada persona autora. La visibilidad e impacto de las investigaciones son fundamentales para el avance de la ciencia y para el reconocimiento de las y los investigadores. Como señala Alonso-Berenguer et al. (2019) al utilizar plataformas académicas se amplía el alcance de las investigaciones, se fomenta la colaboración entre las personas investigadoras y se aumenta la posibilidad de recibir citas y reconocimiento por parte de la comunidad científica.

Las mejores prácticas recomendadas para crear una identidad digital académica efectiva deben incluir:

1. Elegir un nombre de usuario/a que sea único y fácil de recordar (relacionado con su identidad real).
2. Crear y mantener perfiles en diversas plataformas, como *Google Scholar*, *Academia.edu*, *ResearchGate* y *AD Scientific Index*, entre otros.
3. Registrar la identidad digital en un formato de fácil consulta y actualización, como un currículum vitae digital o un sitio *web* personal.
4. Participar en comunidades académicas en línea, como foros de discusión y grupos de investigación.
5. Compartir contenido relevante y de alta calidad, como artículos, presentaciones y videos.
6. Mantener una presencia activa y coherente en las redes sociales, y utilizarlas para establecer contactos y colaboraciones con otras personas investigadoras.
7. Proteger la privacidad y la reputación online, evitando publicar contenido inapropiado o controvertido (Grotz, 2020; Salinas & Marín, 2019).

La visibilidad científica se refiere a la capacidad de las y los investigadores y sus trabajos de investigación para ser vistos y encontrados por otras personas académicas y el público en general. Es importante porque permite a las y los investigadores compartir sus resultados y conocimientos con otros, lo que puede llevar a nuevas colaboraciones, descubrimientos y avances en la investigación. Además, una mayor visibilidad puede ayudar a obtener financiamiento y reconocimiento por su trabajo (García-Holgado et al., 2017). En este caso, se involucra el *e-Branding*, como el conjunto de estrategias y acciones que una empresa o institución implementa en el ámbito digital para mejorar su imagen y reputación en línea. En el caso específico del *e-Branding* universitario, se refiere a las acciones que las universidades implementan para mejorar su visibilidad y reputación, involucrando aspectos académicos, científicos y profesionales (Paredes-Chacín et al., 2020; Del Pino & Lloret-Romero, 2018).

La gestión adecuada en la implementación de *e-Branding* en las universidades según Del Pino y Lloret-Romero (2018) puede mejorar la divulgación y acceso abierto a la ciencia, la experiencia

educativa de las y los estudiantes, el uso de múltiples estrategias para ello, difundir la generación del conocimiento y sus estadísticas, y construir una reputación sólida gracias a la red como plataforma de integración. Además, la implementación de *e-Branding* puede mejorar la calidad de la *web*, la accesibilidad, la navegación, las competencias con enfoque de estrategias en términos de negocio y la imagen internacional y sus estrategias de marca.

La divulgación y visibilidad de la comunicación científica se refiere a la difusión de los resultados de investigaciones/estudios realizados por las y los investigadores y académicos a la sociedad en general, con el objetivo de que estos conocimientos sean accesibles para un público más amplio (Montesi et al., 2019). Esto implica la utilización de diferentes medios y herramientas de comunicación, como las redes sociales y otros recursos de la *Web 2.0*, para que la información llegue a un público más amplio/diverso. La divulgación y visibilidad de la comunicación científica es importante para fomentar la participación ciudadana en la ciencia y la tecnología, además para que la sociedad en general pueda comprender y valorar el trabajo de los investigadores/académicos (Mayorga-Albán et al. 2022).

Los rankings webométricos son estudios que se realizan y reflejan información sobre la forma de trabajo de las universidades basado en su presencia e impacto en las diferentes plataformas web relacionadas al ámbito académico. Según Valles-Coral et al. (2020) basan sus resultados al medir la visibilidad y el impacto de las instituciones de educación superior en la *web*. El objetivo de estos rankings es mostrar la presencia e impacto de las actividades de las instituciones en la *web*, al tiempo que se busca el apoyo de iniciativas de acceso abierto que generen una mayor transferencia de conocimiento científico generado a la sociedad.

La difusión de los productos científicos de las universidades a través de las diferentes plataformas académicas existentes resultará en mayor visibilidad de las publicaciones, lo que en el mediano y largo plazo interviene en el impacto de los investigadores y de las universidades o instituciones educativas. En este sentido, se considera que es necesario elaborar estrategias institucionales que apoyen a los investigadores en la creación y alimentación de sus perfiles de autores, así como en el depósito en acceso abierto de su producción científica en repositorios institucionales y en redes sociales académicas (Fernández-Ramos & Barrionuevo, 2022).

En este sentido, definitivamente el uso de plataformas digitales para difundir los perfiles de las y los investigadores a través de las cuales se puedan propagar sus trabajos de investigación garantizarán una mayor visibilidad del trabajo desde las universidades como centro de generación/ampliación del conocimiento. Por esto, el objetivo de este artículo hace referencia a la identificación de la presencia y uso de plataformas digitales por los profesores del posgrado en desarrollo rural regional de la Universidad Autónoma Chapingo, para ello se describió en este apartado el acercamiento teórico a la

temática, seguido de la metodología, para luego seguir con los resultados, discusión y conclusiones que darán respuesta al objetivo planteado.

METODOLOGÍA

La Universidad Autónoma Chapingo (UACH) es una prestigiosa institución educativa mexicana fundada en 1854. Su modelo académico considera cuatro funciones sustantivas: docencia, investigación, servicio y difusión de la cultura. Es reconocida a nivel nacional (como parte del top 10 de México) e internacional por su contribución a través de la investigación científica y tecnológica en temas como: desarrollo rural, la agroindustria, la silvicultura, la zootecnia, la ecología, las ciencias naturales, entre otros.

La presente investigación se centra en profesores del Posgrado en Ciencias en Desarrollo Rural Regional de la Universidad Autónoma Chapingo. Se tomó el total del padrón de profesores de dicho Posgrado, lo que representa 46 personas docentes en total (por ser una población finita se decidió no tomar muestra). Para lograr el objetivo propuesto, se llevó a cabo la identificación de la presencia y uso de redes sociales académicas por parte de estos profesores y profesoras.

La investigación se fundamentó en un enfoque metodológico que incluyó la recolección sistemática de datos sobre las distintas plataformas digitales empleadas por los y las docentes del posgrado en Desarrollo rural regional. Se implementaron técnicas de análisis cuantitativo para examinar la frecuencia y extensión de la presencia en redes sociales, así como la naturaleza, alcance de sus interacciones, así como, actividades académicas en estas plataformas.

Además, se llevó a cabo una comparativa entre dos grupos definidos: las y los profesores pertenecientes al Sistema Nacional de Investigadores y aquellos que no cuentan con dicha afiliación. De esta manera, se buscó determinar si existen disparidades significativas en cuanto al uso y aprovechamiento de las redes sociales académicas entre ambas categorías de docentes.

La evaluación de la gestión de la identidad digital de las y los profesores implicó analizar la consistencia y calidad de la información presentada en sus perfiles, así como la promoción y difusión de sus investigaciones, logros académicos y actividades relacionadas con el desarrollo rural regional.

La metodología utilizada fue llevada bajo un paradigma exploratorio, el método empleado fue el de estudio de caso, también llamado transversal pues recolecta y sistematiza datos de una población en un único momento. Las etapas seguidas fueron: identificación de los y las investigadoras que conforman la población, recogida de datos en las plataformas digitales seleccionadas y análisis de los datos recogidos. La técnica fue la observación e instrumento utilizado fue el registro de los datos obtenidos en internet, en el motor de búsqueda de Google y en las redes sociales académicas.

Según Artigas y Valencia-Arías (2024) se puede llevar a cabo la observación, hacer registros a través de escalas y llevar a cabo el análisis a través del uso de tablas y gráficos que reflejen los datos

recolectados, que fue el caso de esta investigación. En cuanto a la validez y confiabilidad, no fue aplicada la confiabilidad, ya que la técnica de observación no requiere más que validez de contenido y revisión interna por parte de los investigadores.

Las plataformas/redes académicas seleccionadas para este estudio fueron:

Perfil Institucional (PI): se refiere al perfil de cada persona académica perteneciente al posgrado de la Universidad Autónoma Chapingo (UACh) y que a través de la página oficial la Dirección General de Investigación y Posgrado presenta información de su equipo docente, como formación académica, líneas de investigación y adscripción.

OrcID (OI): red social académica que se centra en la identificación digital de los y las investigadoras. Proporciona un identificador único para cada usuario, lo que facilita la distinción y atribución de su trabajo académico. OrcID permite a las personas investigadoras crear perfiles, agregar su historial académico, publicaciones y afiliaciones. Además, se integra con otras plataformas y sistemas de publicación para automatizar la actualización de perfiles y la vinculación de trabajos de investigación.

Google Scholar (GS): plataforma de búsqueda académica que permite a las y los usuarios encontrar artículos científicos, tesis, libros y resúmenes de diversas disciplinas. Aunque no se considera estrictamente una red social académica, permite a los investigadores crear perfiles públicos, agregar sus publicaciones y establecer conexiones con otros académicos. También proporciona estadísticas de citas y métricas de impacto para los trabajos académicos.

Academia.edu (AE): red social académica que permite a las personas investigadoras compartir sus trabajos, seguir a otros académicos y recibir actualizaciones sobre investigaciones relevantes en sus áreas de interés. Los usuarios pueden crear perfiles, cargar y compartir artículos, y recibir comentarios de la comunidad académica. Además, Academia.edu proporciona herramientas de análisis que permiten a las y los investigadores conocer el impacto de sus trabajos y las estadísticas de visualización y descarga.

ResearchGate (RG): red social académica que conecta a personas investigadoras de diferentes disciplinas y fomenta la colaboración científica. Permite a las personas usuarias crear perfiles, agregar publicaciones, seguir a otros y formar comunidades de investigación. Proporciona un entorno de preguntas y respuestas, donde los investigadores pueden plantear dudas y recibir aportes de la comunidad. Asimismo, ofrece estadísticas sobre el impacto de las publicaciones y la actividad de los usuarios.

AD Scientific Index (AS): muestra los coeficientes de productividad total y de los últimos seis años de las y los académicos en función de las puntuaciones del índice h y el índice i10 y las citas en Google Scholar.

Para caracterizar el nivel de uso y la visibilidad científica en docentes universitarios, se estableció una escala tipo Likert con cinco niveles: 1 = nulo, 2 = básico, 3 = regular, 4 = bueno y 5 = excelente. A continuación, en la [Tabla 1](#) se describe cada uno.

Tabla 1.

Escala de Likert por nivel y criterios

Nivel	Criterios
1 (Nulo)	No se encuentran perfiles en redes sociales académicas o plataformas especializadas. No existe presencia digital o visibilidad científica.
2 (Básico)	Se cuenta con perfiles en redes sociales académicas o plataformas especializadas, pero no se actualizan con regularidad. Presencia digital mínima y limitada.
3 (Regular)	Los perfiles en redes sociales académicas o plataformas especializadas se actualizan ocasionalmente con contenido relevante. Presencia digital establecida, aunque no muy activa.
4 (Bueno)	Los perfiles en redes sociales académicas o plataformas especializadas se actualizan regularmente con contenido relevante y valioso. Presencia digital consistente y activa
5 (Excelente)	Los perfiles en redes sociales académicas o plataformas especializadas se actualizan constantemente con contenido relevante y de calidad. Presencia digital destacada y altamente activa.

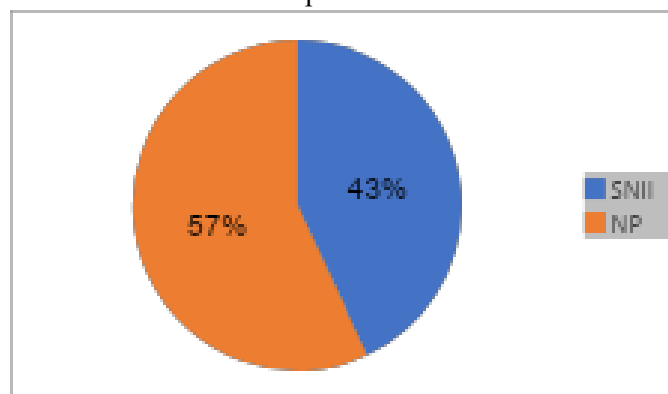
Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

De la información recolectada, el 80% son hombres y el 20% mujeres. De estos, como señala la [Figura 1](#) solo el 43% se encuentra en el SNII, haciendo adecuada la comparación de presencia de perfiles tomando en cuenta que casi la mitad se encuentra en esta clasificación.

Figura 1.

Profesores/as pertenecientes al SNII



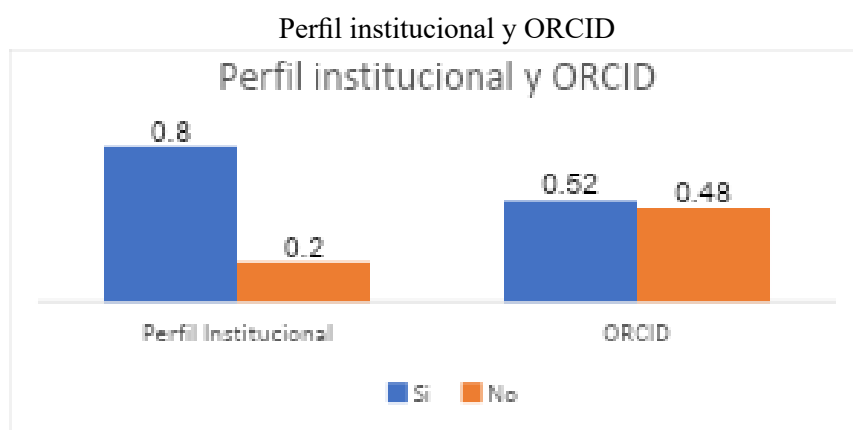
Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, se consultó si tenían perfil institucional y ORCID, mostrando que un 80% tiene su perfil institucional, mientras que en cuanto al ORCID solo un 52% lo tiene ([Figura 2](#)).

En la [Tabla 2](#) se muestra la presencia y nivel de uso de cada una de las plataformas, resaltando que GS es la que tiene mayor porcentaje de Excelente con un 23,9% y la que refleja menos uso es

AS con un 82,6%. En la [Tabla 2](#) se destaca que existe un alto porcentaje de presencia y uso nulo de las plataformas, sin embargo al observar la [Figura 2](#), si existe un alto porcentaje de investigadores con perfil institucional, lo que debe mirarse atentamente, pues las universidades así como solicitan a sus investigadores registrarse en sus perfiles institucionales, deben propiciar espacios de capacitación continuos para mostrar el resto de plataformas como esenciales en los procesos de difusión de conocimiento científico y en el tema de la construcción de la identidad digital del investigador y de la institución, sobre todo en un mundo globalizado en el que estar presente en un perfil puede hacer la diferencia en la construcción de redes de intercambio con otras universidades.

Figura 2.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2.

Presencia y nivel de uso de GS, AE, RG y AS

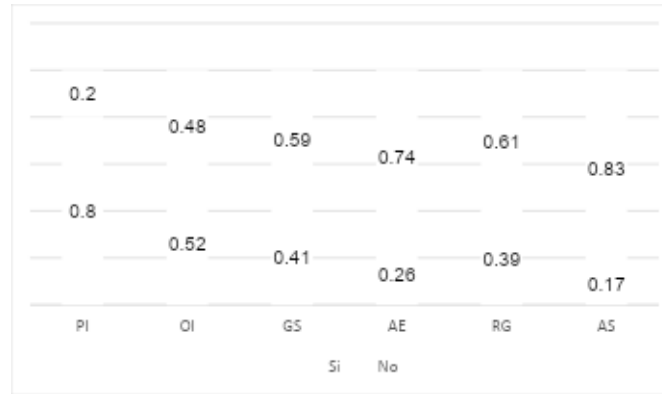
		Google Scholar		Academia.edu		ResearchGate		Scientific Index	
		(GS)		(AE)		(RG)		(AS)	
		FA	%	FA	%	FA	%	FA	%
Nulo	1	25	54.3	34	73.9	27	58.7	38	82.6
Básico	2	0	0	0	0	1	2.2	0	0
Regular	3	1	2.2	2	4.3	2	4.3	1	2.2
Bueno	4	9	19.6	5	10.9	6	13	3	6.5
Excelente	5	11	23.9	5	10.9	10	21.7	4	8.7
Total		46	100	46	100	46	100	46	100

Fuente: Elaboración propia.

La visibilidad y reputación que se generan en las plataformas online son fundamentales para la gestión de la identidad digital en el ámbito académico, sin embargo, es posible distinguir niveles de presencia, interacción y nivel de uso disímiles entre los profesores que utilizan las redes sociales académicas ([Figura 3](#)). En este sentido, debe destacarse que la [Figura 3](#) fue construida al sumar los niveles de uso de la [Tabla 2](#) (excluyendo nulo), y puede observarse que presencia no garantiza uso adecuado.

Figura 3.

Presencia en redes académicas

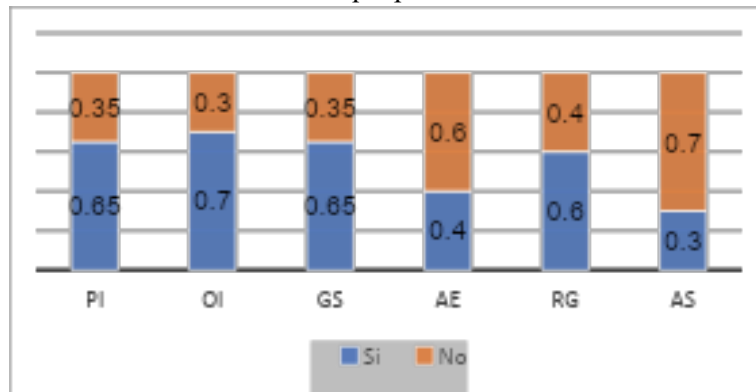


Fuente: Elaboración propia.

El Sistema Nacional de Investigadores e investigadoras (SNII) es un programa que busca reconocer y promover la labor científica y tecnológica de los investigadores. La pertenencia al SNII implica que un investigador cumple con ciertos criterios de calidad y productividad científica establecidos por el programa. En la [Figura 4](#) se muestra los resultados de presencia para el caso del 42% que pertenecen al programa. Se puede observar y comparando con la [Figura 4](#) y [Figura 5](#), que los encuestados que pertenecen al SNII tienen mayor presencia en las redes académicas, a diferencia de aquellos que no pertenecen y mayormente cumplen con el perfil institucional. Esto puede traer a la reflexión de que pertenecer al SNII quizás los anima más a seguir construyendo la identidad digital en el resto de las plataformas.

Figura 4.

Profesores/as que pertenecen al SNII

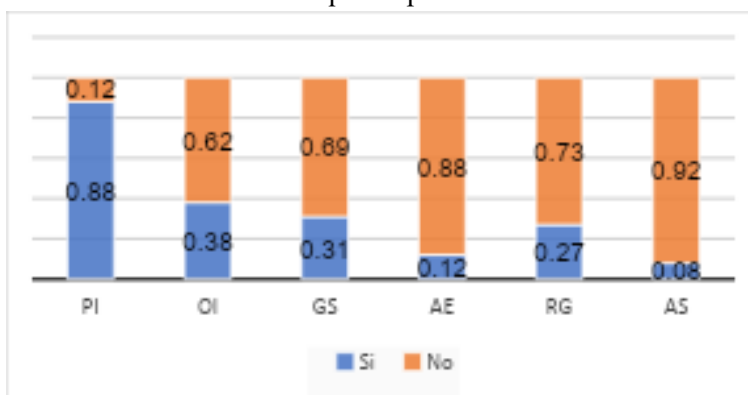


Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del cálculo de los coeficientes de correlación de Pearson ([Tabla 3](#)), entre pertenecer o no al SNII y el nivel de uso de redes sociales académicas por parte de los profesores indica una relación moderada y negativa entre estas dos variables, sugiriendo que en promedio aquellos investigadores/as que pertenecen al SNII no tienden a gestionar de mejor forma su identidad digital en plataformas especializadas en comparación con aquellos que no están afiliados al SNII.

Figura 5.

Profesores/as que no pertenecen al SNII



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.

Coefficientes de correlación de Pearson

Redes sociales académicas	GS	AE	RG	AS	
SNII	Correlación de Pearson	-.415**	-.388**	-.397**	-.343*
	Sig. (bilateral)	.004	.008	.006	.020

Nota: ** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

La correlación encontrada no implica causalidad, y otros factores pueden influir en esta relación. Por ejemplo, dado que, para el ingreso, permanencia o promoción al SNII, el Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT) dispone y es obligatorio el uso y continua actualización de la plataforma informática Rizoma, la cual integra un conjunto de tecnologías inteligentes y de cómputo que brindan herramientas a los investigadores apoyo para la interconectividad y el acceso libre y universal al conocimiento, aunque no necesariamente se correlaciona con una mayor visibilidad, reputación, impacto o citación en plataformas ajenas a ella.

DISCUSIÓN

Observando los resultados anteriormente presentados, es importante señalar que existe mayormente un uso nulo de plataformas como Google Scholar, Academia.edu, ResearchGate y Scientific Index (AS), sin embargo, se puede destacar una presencia de 46% en GS, 36% en AE, 39% en RG y 17% en AS, sin embargo, comparando con el perfil institucional, existe una clara diferencia de la presencia de los investigadores en el mismo, con un 80%, sin embargo, estudiando la correlación está claro que la gestión de dichas plataformas no tiene relación directa a pertenecer al SNII, aunque

mayormente quienes gestionan estas plataformas se encuentren en el programa, dejando claro que presencia no significa uso adecuado.

Lo que nos lleva a generalizar que el cuerpo docente universitario perteneciente o no al SNII, no está atento a gestionar su identidad digital, pudiendo ser algunos de los motivos: falta de interés en el desarrollo de competencias digitales (que puede involucrar temas generacionales), falta de tiempo, actitud negativa hacia el uso de las plataformas o simplemente falta de valoración de los resultados de su presencia digital, dando preferencia al uso mínimo a estos servicios de la web 2.0. Estas situaciones pueden generar algunos inconvenientes que repercuten en su reputación digital (Chingue, 2017). No es el primer trabajo que muestra la baja presencia y la necesidad de seguir trabajando en ello, ya se había estudiado en Artigas y Casanova (2020).

Es importante señalar que estos perfiles permitirán a las y los investigadores ampliar la colaboración internacional y la interacción entre ellas y ellos (Barroso-Osuna et al., 2020; Miller et al., 2020). Por ello, una de las ventajas que debe ser aprovechada por las y los investigadores es la mayor interacción y participación de los usuarios/as (Flores-Vivar & Zaharí, 2019).

No se puede dejar de lado la necesidad de seguir educando sobre estos temas, sin olvidar que la rápida incorporación y adaptación requerida para reorganizar y ajustar las actividades académicas que demanda la educación en línea han generado un constante informe de situaciones de frustración y agobio por parte de las y los profesores. Estos se enfrentan a una modalidad de gestión académica totalmente virtualizada, nunca experimentada, lo que sugiere una inmediata y continua necesidad de capacitación para poder hacer frente a las exigencias actuales de la educación (Gómez et al., 2022).

De las principales limitantes para el uso más frecuente de las redes sociales académicas por parte de las y los profesores destacan el miedo al cambio, el conformismo, salir de la zona de confort, además de la falta de equipo adecuado, computadora, tablet o teléfono móvil, así como el acceso al internet, son algunas de las causas que no permiten que las nuevas herramientas pedagógicas puedan ayudar a fomentar una nueva cultura dentro del claustro universitario (Vera et al., 2019).

Las y los profesores universitarios deben tener un nivel de competencia digital que les permita aprovechar al máximo el potencial para la innovación que ofrece la tecnología, para ello deben utilizar herramientas y recursos digitales que mejoren sus prácticas docentes y beneficiar el aprendizaje del estudiantado, por lo que se espera que utilicen las herramientas digitales de manera efectiva y responsable para compartir con otros investigadores y público en general los resultados de su investigación, así como de su práctica docente (Sangrà et al., 2023).

La pandemia evidenció la importancia de la presencia digital de las y los docentes universitarios, ya que muchos han tenido que adaptarse a la enseñanza en línea y construir su identidad digital para poder seguir realizando su labor docente y para compartir sus logros académicos (Li et al., 2023).

Además, no es solo un beneficio individual, sino que es una lucha por la presencia de instituciones y países, por lo que, que los sistemas de ciencia y tecnología de los diversos países deben propiciar la difusión del conocimiento a través de todas las formas posibles (Chávez et al., 2024), incluso las revistas científicas apuestan a la difusión de contenidos en diversos formatos para garantizar su presencia, y animan a los investigadores que participan en ellas a difundirlos en sus plataformas (Tejedor et al., 2025; Cueva, 2024), lo que quiere decir, que estar presentes y utilizar estas plataformas se ha convertido en esencial para la labor de difusión científica.

La capacitación es esencial, ya que se ha demostrado cómo una gestión adecuada de la identidad digital puede impactar positivamente en la carrera de un investigador (González, 2023), incluso Jacomé (2024) en su tesis doctoral resalta la necesidad de una estrategia de comunicación digital para gestionar efectivamente la información de los profesores teniendo en cuenta que lo que publica puede afectar su carrera y reputación, sobre todo actualmente en tiempos de IA.

Aunque no se puede dejar de señalar lo resaltado por Limas Suárez y Vargas Soracá (2020); y Orduña-Malea et al. (2017), relacionado a las desventajas de utilizar redes sociales por parte de las y los profesores universitarios, que incluyen: dependencia, distracción exagerada y exceso de información, lo que genera reducción del contacto físico en sus relaciones habituales, problemas con la confianza en la información, dificultades de acceso, así como manejo deficiente de administración del tiempo y prioridades. Además, el uso inadecuado y sin control de las redes sociales puede generar prácticas nocivas y poco éticas, por lo que es necesario concientizar a profesores/as y estudiantes acerca de su utilización como herramientas de complemento a la formación presencial, estando claros que no las sustituyen.

A continuación, se presentan algunos aspectos a considerar para elaborar una estrategia institucional que promueva la visibilidad científica e identidad digital de las y los docentes universitarios de la Universidad Autónoma Chapingo:

1. Propiciar la creación de perfiles institucionales: establecer perfiles oficiales de la institución en las principales redes sociales y plataformas académicas. Esto permitirá difundir las investigaciones y logros de las y los docentes, así como fortalecer la imagen y reputación de la institución en el ámbito académico.
2. Capacitación en identidad digital: brindar capacitaciones a las y los docentes sobre cómo construir y gestionar su identidad digital de manera efectiva. Esto incluye la promoción de buenas prácticas en redes sociales, la creación de perfiles académicos actualizados y atractivos, y la gestión de la privacidad en línea.
3. Establecer una política de visibilidad científica: desarrollar una política institucional que promueva y reconozca la importancia de la visibilidad científica de los docentes universitarios. Esto puede incluir incentivos para publicar en revistas científicas de alto impacto, participar en conferencias internacionales y colaborar en proyectos de investigación relevantes.

4. Crear o adquirir una plataforma digital institucional (ejemplo CRIS): diseñar una plataforma digital institucional donde los docentes puedan compartir sus investigaciones, publicaciones, proyectos y logros académicos. Esto facilitará la difusión de su trabajo y permitirá que otras personas investigadoras y la comunidad académica accedan fácilmente a sus contribuciones.

5. Fomentar la colaboración en línea y alianzas institucionales: promover la colaboración entre las y los docentes universitarios a través de herramientas en línea como foros de discusión, grupos de investigación virtuales y redes sociales académicas. Esto fomentará la interacción y la coautoría en investigaciones, fortaleciendo así la visibilidad y el impacto científico de los docentes.

6. Apoyar la divulgación científica: establecer programas de divulgación científica que ayuden a las y los docentes a comunicar sus investigaciones de manera clara y accesible a través de blogs, videos, infografías u otros medios digitales, incluidas sus publicaciones en revistas científicas. Esto permitirá que su trabajo llegue a un público más amplio y genere un impacto más significativo.

CONCLUSIONES

Se pudo constatar a través del estudio realizado que aunque existe cierto nivel de presencia en redes sociales académicas de los investigadores del Posgrado en Ciencias en Desarrollo Rural Regional de la Universidad Autónoma Chapingo aún queda mucho por hacer en cuanto al uso y beneficios que dichas plataformas pueden traer en el mediano y largo plazo. Para crear una identidad digital académica efectiva se debe considerar la creación de perfiles profesionales claros y completos, la publicación de contenido relevante y de alta calidad, la interacción con otras personas investigadoras y la participación en discusiones académicas en línea.

La transformación digital en las universidades no se trata solo de dotar de infraestructura, digitalizar los documentos que se usan en los procesos docentes o automatizar diferentes procesos institucionales, incluye también un proceso de cambios continuos coordinados en todos los ámbitos, con el fin de visibilizar su quehacer y aportes a la ciencia y a la sociedad en general.

La perspectiva de la identidad docente digital y sus beneficios es una gran oportunidad que requiere pensar continuamente en la influencia de la postmodernidad sobre todos los procesos universitarios. Las redes sociales académicas se han convertido en nuevos canales de comunicación científica para los profesores, esto en función de que agilizan la disseminación de los resultados a un público amplio y sin frontera física, facilitando la compartición de datos y fomentando la colaboración científica y en muchos casos sin coste alguno.

Las limitaciones de este artículo tienen que ver con lo reducido de la muestra, debe ampliarse a otras universidades e incluso países para tener una visión más amplia. Estos estudios futuros servirían para que las personas investigadoras puedan tener una mejor comprensión de estos procesos, al mismo tiempo que generen estrategias más efectivas en cuanto a su presencia/uso de redes sociales.

REFERENCIAS

- Aguillo Caño, I. F., Uribe Tirado, A., & López López, W. (2017). Visibilidad de los investigadores colombianos según sus indicadores en Google Scholar y ResearchGate. Diferencias y similitudes con la clasificación oficial del sistema nacional de ciencia-COLCIENCIAS. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 40(3), 221-230. <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v40n3a03>
- Alonso-Berenguer, I., Gorina-Sánchez, A., Martín-Rivero, M. E., & de las Mercedes Ferrer-Tejeda, L. (2019). Visibilidad e impacto de investigaciones pedagógicas cubanas desde el perfil de usuario del Google Académico. *Maestro y Sociedad*, 16(4), 778-791. <https://maestrosociedad.uo.edu.cu/index.php/MyS/article/view/5011>
- Area, M., & Adell, J. (2021). Tecnologías digitales y cambio educativo. Una aproximación crítica. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 19(4), 83-96. <https://doi.org/10.15366/reice2021.19.4.005>
- Artigas, W., & Casanova, I. (2020). Influencia de las redes sociales académicas en la construcción de la identidad digital latinoamericana. *Anales de Documentación*, 23(2), 1-13. <https://doi.org/10.6018/analesdoc.397551>
- Artigas, W., & Valencia-Arias, A. (2024). Marco metodológico de la investigación. En: Pereira Burgos, M., (ed). *Trabajo de grado: elaborar y publicar sus resultados. Una guía para lograrlo* (pp. 61-78). High Rate Consulting. <https://doi.org/10.38202/trabajodegrado4>
- Barroso-Osuna, J., Llorente-Cejudo, C., & Palacios-Rodríguez, A. (2020). Competencia e identidad digital en redes sociales: Percepciones del profesorado en formación. *AULA, Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, 66(2), 53-64. <https://doi.org/10.33413/aulahcs.2020.66i2.139>
- Chávez, K., Calanchez, A., & Boscan, M. (2024). Public policies for scientific dissemination and divulgation: a theoretical review from the Peruvian context [Políticas públicas para la divulgación y difusión científica: revisión teórica desde el contexto peruano]. *We Journal Review*, 1(1), 17-25. <https://doi.org/10.38202/journal11.3>
- Chingue, G. (2017). Reflexiones para la gestión de la identidad digital en el docente universitario. *Runae*, 2(1), 205-221. <https://revistas.unae.edu.ec/index.php/runae/article/view/148>
- Climent-Rodríguez, J. A., & Navarro-Abal, Y. (2017). Branding y reputación: pilares básicos de la visibilidad online del profesor de educación superior. *Revista iberoamericana de educación superior*, 8(21), 66-76. <https://www.scielo.org.mx/pdf/ries/v8n21/2007-2872-ries-8-21-00066.pdf>
- Correa, J. M., & Aberasturi-Apraiz, E. (2015). Redes sociales e identidad digital docente. Experiencias de aprendizaje de futuras maestras de educación infantil a partir de la exposición artística Big Bang Data. *Opción*, 31(1), 223-245. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31043005013>
- Cueva, J. (2024). Infographics for the visibility and dissemination of scientific articles: analysis from the author's point of view [Infografías para la visibilidad y difusión de artículos científicos: análisis desde la visión autoral]. *We Journal Review*, 1(1), 1-8. <https://doi.org/10.38202/journal11.1>

- Del Pino, A. D., & Lloret-Romero, N. (2018). e-Branding universitario en Ecuador, análisis de los factores de implementación digital en las universidades como herramienta de visibilidad. *Revista de Investigación*, 42(95), 224-240. <https://www.redalyc.org/journal/3761/376160247011/html/>
- Estupiñán, R., Domínguez-Menéndez, J., & Maldonado-Manzano, R. (2020). Integración universitaria, reto actual en el siglo XXI. *Revista Conrado*, 16(S 1), 51–58. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/1521>
- Fernández-Ramos, A., & Barrionuevo, L. (2022). La difusión de la producción científica en el ámbito de las Humanidades: el caso de la Universidad de León. *Investigación bibliotecológica*, 36(90), eib0905848603. <https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2022.90.58486>
- Flores-Vivar, J., & Zaharías, A. (2019). Las redes sociales académicas en la difusión de la producción científica. *Estudio de caso: Academia y Mendeley. Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(3), 1379-1402. <https://doi.org/10.5209/esmp.66993>
- García-Holgado, A., Merlo-Vega, J. A., & García-Peñalvo, F. (2017). Diseño de un plan de visibilidad científica e identidad digital para los investigadores de la Universidad de Guadalajara (México). *Ibersid: Revista de sistemas de información y documentación*, 11(1), 83-92. <https://doi.org/10.54886/IBERSID.V11I1.4337>
- Gómez, J., Bazurto, J., Saldarriaga, K., & Tarazona, A. (2022). Gestión académica resiliente: Estrategias para el contexto universitario. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(97), 11-28. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.97.2>
- Gómez-Urrutia, V., & Jiménez Figueroa, A. (2022). Identidad en la era digital: construcción de perfiles en redes sociales en adolescentes chilenos/as. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 29, 1-24. <https://doi.org/10.29101/crcs.v29i0.17430>
- González, C. (2023). *Identidad digital: ¿Cómo tener visibilidad académica?* Universidad Nacional de Colombia - Sede Medellín.
- Gorospe, J., Olaskoaga, L., Barragán, A., Iglesias, D., & Agirre, B. (2015). Formación del profesorado, tecnología educativa e identidad docente digital. *RELATEC: revista latinoamericana de tecnología educativa*, 14(1), 45-56. <https://doi.org/10.17398/1695-288X.14.1.45>
- Gozálvez-Pérez, V., & Cortijo-Ruiz, G. (2023). Desarrollo humano y redes sociales en sociedades digitales. *Sophia, Colección de Filosofía de la Educación*, (34), 41-64. <https://doi.org/10.17163/soph.n34.2023.01>
- Grotz, S. (2020). Identidad digital y redes sociales académicas. *Perspectivas: Revista Científica de la Universidad de Belgrano*, 3(2), 88-105. <https://revistas.ub.edu.ar/index.php/Perspectivas/article/view/111/110>
- Guillén-Gámez, F., & Mayorga-Fernández, M. (2020). Prediction of factors that affect the knowledge and use higher education professors from Spain make of ICT resources to teach, evaluate and research: A study with research methods in educational technology [Predicción de los factores que afectan al conocimiento y uso que el profesorado de educación superior de España hace de los recursos TIC para enseñar, evaluar e investigar: Un estudio con métodos de investigación en tecnología educativa]. *Education Sciences*, 10(10), 276. <https://doi.org/10.3390/educsci10100276>

- Jacomé, S. (2024). *Diseño de una estrategia de comunicación digital para la gestión de la información del profesorado universitario* [Tesis Doctoral en Tecnología Educativa]. Universidad de Murcia. <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/145680/1/TD%20SOFIA%20JACOME%20ENCALADA%20DISE%c3%91O%20DE%20UNA%20ESTRATEGIA.pdf>
- Li, S., Wu, J. G., Bian, J., Ding, Z., & Sun, Y. (2023). Understanding Digital Identity during the Pandemic: An Investigation of Two Chinese Spanish Teachers [Comprender la identidad digital durante la pandemia: una investigación de dos profesoras chinas de español]. *Sustainability*, 15(2), 1208. <https://doi.org/10.3390/su15021208>
- Limas Suárez, S., & Vargas Soracá, G. (2020). Redes sociales como estrategia académica en la educación superior: ventajas y desventajas. *Educación y Educadores*, 23(4), 559-574. <https://doi.org/10.5294/edu.2020.23.4.1>
- Mayorga-Albán, A., Pacheco-Mendoza, S., Córdova-Morán, J., & Samaniego-Villarroel, J. (2022). Estrategia de comunicación científica en la Web 2.0 para la universidad contemporánea: divulgación y visibilidad de la comunicación científica y académica. *Revista InGenio*, 5(1), 1-9. <https://doi.org/10.18779/ingenio.v5i1.471>
- Miller, K., St Jorre, T., West, J., & Johnson, E. (2020). The potential of digital credentials to engage students with capabilities of importance to scholars and citizens [El potencial de las credenciales digitales para involucrar a los estudiantes con capacidades importantes para los académicos y los ciudadanos]. *Active Learning in Higher Education*, 21(1), 11-22. <https://doi.org/10.1177/1469787417742021>
- Montesi, M., Rodríguez, I., & Dos Santos, F. (2019). Presencia, actividad, visibilidad e interdisciplinariedad del profesorado universitario de Documentación en los medios sociales: una perspectiva de género. *Revista española de documentación científica*, 42(4), e246-e246. <https://doi.org/10.3989/redc.2019.4.1640>
- Orduña-Malea, E., Martín-Martín, A., & Delgado López-Cózar, E. (2017). Métricas en perfiles académicos: ¿un nuevo juego adictivo para los investigadores? *Revista española de salud pública*, 90(1), e20006. <https://www.redalyc.org/pdf/170/17043728024.pdf>
- Paredes-Chacín, A., Inciarte, A., & Walles, Peñaloza, D. (2020). Educación superior e investigación en Latinoamérica: Transición al uso de tecnologías digitales por Covid-19. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(3), 98-117. <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519014/html/>
- Ramírez García, A. G., Rodríguez Saucedo, E. N., Pirela Hernández, A. A., & Castillo Escalante, I. C. (2021). Habilidades digitales e interés por estudiar en la modalidad E-Learning en estudiantes de Bachillerato. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(4), 30-48. <https://www.redalyc.org/journal/280/28069360004/28069360004.pdf>
- Rangel-Pérez, C., Gato-Bermúdez, M., Musicco-Nombela, D., & Ruiz-Alberdi, C. (2021). The massive implementation of ICT in universities and its implications for ensuring SDG 4: Challenges and difficulties for professors [La implementación masiva de las TIC en las universidades y sus implicaciones para asegurar el ODS 4: Retos y dificultades para el profesorado]. *Sustainability*, 13(22), 1-14. <https://doi.org/10.3390/su132212871>

- Razumovskiy, D., & Moseykin, Y. (2022). Digitalización en américa latina y oportunidades para empresas rusas. *Iberoamerica*. 1(1), 5-37. <https://doi.org/10.37656/s20768400-2022-1-01>
- Reyna, J., Hanham, J., & Meier, P. (2018). A framework for digital media literacies for teaching and learning in higher education [Un marco para la alfabetización mediática digital para la enseñanza y el aprendizaje en la educación superior]. *E-learning and Digital Media*, 15(4), 176-190. <https://doi.org/10.1177/2042753018784952>
- Romero Carbonell, M., Romeu Fontanillas, T., Guitert Catasús, M., & Baztán Quemada, P. (2023). La transformación digital en la educación superior: el caso de la UOC. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 26(1), 163-179. <https://doi.org/10.5944/ried.26.1.33998>
- Salinas, J., & Marín, V. (2019). Metasíntesis cualitativa sobre colaboración científica e identidad digital académica en redes sociales. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 97-117. <https://doi.org/10.5944/ried.22.2.23238>
- Sangrà, A., Guitert Catasús, M., & Behar, P. (2023). Competencias y metodologías innovadoras para la educación digital. *Revista iberoamericana de educación a distancia*. 26(1), 9-16. <https://doi.org/10.5944/ried.26.1.36081>
- Tejedor, S., Romero-Rodríguez, L. M., Martínez Fernández, J., & Rull Ribó, D. (2025). Divulgación y visibilidad de revistas científicas en ciencias sociales: estrategias editoriales y de redes sociales. *Revista Científica General José María Córdova*, 23(49), 41-62. <https://doi.org/10.21830/19006586.1407>
- Valles-Coral, M., Riascos-Armas, J., & Hernandez-Torres, E. (2020). Gestión de la identidad digital del investigador y su efecto en el ranking webométrico de una universidad amazónica peruana. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 31(2), 1-17. <https://www.medigraphic.com/pdfs/acimed/aci-2020/aci202f.pdf>
- Vera, C., Suárez, L., Suarez, M., & Cruz, A. (2019). Competencias digitales en docentes: desafío de la educación superior. *RECIAMUC*, 3(3), 1006-1034. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/3.\(3\).julio.2019.1006-1034](https://doi.org/10.26820/reciamuc/3.(3).julio.2019.1006-1034)