

**Esteban Romero Frías y
María Sánchez González (editores)**
Prólogos de Paul Spence y de Nuria Rodríguez Ortega

Esteban Romero Frías; Octavio Rubiera; Belén Álvarez; Carlos Arcila; Mabel Calderín Cruz; Luis Núñez; Ysabel Briceño; Erika Ortega; Silvia Eunice Gutiérrez; María Sánchez González; Daniel Villar-Onrubia; Juan M. García Sierra; Manuel D. Pérez Heredia; Javier Jiménez Cuadros; Patricia Lázaro Pernias; Daniel Tena Parera; David Roca Correa; Josep María Blanco Pont; Alfonso González Quesada; Álvaro Baraibar; Victoria Tur-Viñes; María del Carmen Quiles-Soler; José Manuel de Pablos; Ana María Rodera Bermúdez; Ana María González Ramos; Ernesto Priani Saisó

Ciencias Sociales y Humanidades Digitales

**Técnicas, herramientas y experiencias de
e-Research e investigación en colaboración**

CAC, Cuadernos Artesanos de Comunicación / 61



Universidad
de La Laguna



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



Sociedad Latina de
Comunicación Social



***e-Research* y Comunicación. Publicación, objeto y método de estudio en España**

Octavio Rubiera Rodríguez. Universidad Complutense de Madrid
(España) orubiera@ucm.es

Belén Álvarez Crespo. Universidad Complutense de Madrid
(España) belalvar@ucm.es

1. Introducción

QUE las tecnologías de la información y comunicación, en adelante TIC, han revolucionado el mundo es algo que nadie pone en duda. La adopción de éstas por parte de la sociedad ha llevado a la comunidad científica a incluirlas en sus investigaciones. Su uso en el campo científico, bajo el concepto *e-Research*, ha sido, es y será un área de rápido crecimiento en muchas materias, desde las ciencias naturales a las ciencias humanas.

La *e-Research* es uno de los resultados de estos avances, se basa en el concepto de "ciencia abierta" (Neylon y Wu, 2009: 543), que defiende una mayor producción de conocimiento científico abierto y más procesos de publicación (Murray-Rust, 2008: 649). La *e-Investigación* está inspirada en los discursos desarrollados en el software de código abierto y en las licencias *Creative Commons* (Lessig, 2004: 14; Benkler y Nissenbaum, 2006; Elliott y Scacchi, 2008).

La *e-Research* provoca una transformación de las dinámicas, herramientas, métodos y temáticas de la producción científica (Hey *et al.*, 2009: 144; Dutton y Jeffreys, 2010: 325-330), intensifica la

comunicación entre los investigadores, desarrolla nuevas formas de colaboración y aumenta la difusión de la información (Atkins *et al.*, 2003: 10; Welshons, 2006: 16; Nentwich, 2003: 5; Jankowski y Caldas, 2007) favoreciendo las colaboraciones a gran escala y multi-institucionales.

En el campo de las ciencias sociales, el concepto de *e-Research*, pretende incorporar las tecnologías a la producción de conocimiento social, de ahí la necesidad de incluir a las ciencias sociales en el debate sobre este concepto (Wouters y Beaulieu, 2006: 50). Por este motivo, se ha comenzado a analizar la posible transformación de las técnicas de investigación a través de las TIC así como el cambio de objetos de estudio hacia los nuevos conceptos que nacen de la mano de las TIC. Según Estalella y Ardévol (2011: 93) las expectativas tecnológicas permiten transformar o reformular fundamentos epistemológicos, conformidades metodológicas y prácticas de investigación ya instauradas en las ciencias sociales. Rogers y Kincaid (1981) y Rogers (2003) apuntan el hecho de que la aceptación e incorporación de una innovación a cualquier área no es un acto instantáneo; aun así, estudios anteriores muestran una predisposición positiva de los investigadores hacia los servicios y plataformas de la Web y la Web 2.0 (Procter *et al.*, 2010: 4039; Ponte y Simon, 2011: 150) a pesar de ciertas reticencias al cambio cultural (Arcila, 2011: 327) o productivo (Cuel *et al.*, 2009: 5).

Sin embargo, existe una idea en la comunidad científica sobre los investigadores sociales: no apoyan la *e-Research* y carecen de conocimiento sobre las iniciativas e innovaciones de este ámbito (Dutton y Meyer, 2008: 1). MacKenzie (1999: 44) proporciona la perspectiva teórica sobre la probabilidad de que la proximidad a la *e-investigación* sea un factor importante en la formación de opiniones sobre su potencial. Dutton y Shepherd (2005, 2006) defienden el concepto de *tecnología de la experiencia*, en el que una mayor proximidad a la tecnología mediante el uso, por ejemplo, conduce a una mayor seguridad y confianza. Siguiendo las teorías de estos autores, Dutton y Meyers (2008: 2) consideran que para la mayoría de los usuarios, una mayor experiencia mediante el uso fomentaría una mayor seguridad; Procter *et al.* (2010: 4044) consideran que los investigadores que ya han trabajado en proyectos colaborativos son más propensos al uso de la *e-Research*.

Según Fischer (2006: 14), existe un número de investigadores sociales aplicando las tecnologías digitales en las diferentes áreas de su actividad investigadora, bien sea en la fase de producción, como en la de análisis o aportación de nuevo conocimiento; sin embargo, este número de *e-investigadores sociales* es aún limitado. También existe un número de revistas científicas que promueven la publicación de trabajos que incluyen las TIC, bien como instrumento de investigación (Holge-Hazelton, 2002; Ardévol *et al.*, 2008: 21; Díaz de Rada, 2008: 32), bien como objeto de estudio, para los que se han desarrollado los métodos de investigación de Internet (Hewson *et al.*, 2003).

2. Objetivos y metodología

Con el fin de conocer el estado actual de la *e-investigación* en el área de la comunicación se ha realizado una investigación cuantitativa de estudio de casos.

El concepto de *e-Research* se ha fundamentado en la propuesta realizada por Paul Wouters y Anne Beaulieu (2006) en su artículo *Imagining e-science beyond computation*. Según estos autores el fenómeno de las TIC, tiene un carácter transversal que afecta a las ciencias sociales en general, no solamente a una disciplina concreta. Este fenómeno, se circunscribe a una serie de técnicas y metodologías de trabajo compartidas y generalizadas en el estudio de las ciencias sociales, según los autores Adolfo Estalella y Elisenda Ardévol (2011).

2.1. Objetivos

Ante todas estas ideas encontradas, el objetivo de este capítulo es establecer la situación actual de la *e-Research* en el ámbito de la comunicación en España. Se trata de analizar los artículos publicados en revistas científicas del área de comunicación cuyo objeto de estudio sea la *e-Research* y/o cuya metodología se encuentre englobada en la *e-Research*, para conocer si la investigación en este área de las ciencias sociales apuesta realmente por este enfoque.

2.2. Determinación del objeto de estudio

El objeto de estudio de esta investigación se compone de la población de 23 revistas incluidas en el apartado índice de impacto del año 2009 de la página web de INRECS²⁸.

Figura 1. Revistas que conforman el objeto de estudio.

1	Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación
2	Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura
3	Zer. Revista de Estudios de Comunicación
4	Revista Latina de Comunicación Social
5	Estudios sobre el Mensaje Periodístico
6	Comunicar. Revista de Medios de Comunicación y Educación
7	Comunicación y sociedad: Revista de la Facultad de Comunicación
8	CIC. Cuadernos de Información y Comunicación
9	Ambitos. Revista internacional de Comunicación
10	Trípodos
11	Coneixement i Societat: Revista d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació
12	Sphera Pública: Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación
13	Archivos de la Filmoteca. Revista de Estudios Históricos sobre la Imagen
14	Doxa Comunicación
15	Historia y Comunicación Social
16	Area Abierta
17	Comunicación y hombre: revista interdisciplinar de ciencias de la comunicación y humanidades
18	Etic@ net
19	Questiones Publicitarias. Revista Internacional de Comunicación y Publicidad
20	I/C Revista científica de información y comunicación
21	Icono 14
22	Vivat Academia
23	Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales

Estas 23 revistas, publicaron un total de 5.301 documentos, que conforman el universo del estudio, de los cuales 496 componen la muestra de análisis.

El cálculo del intervalo de confianza se ha establecido en un 96% y, teniendo en cuenta que la probabilidad de éxito/fracaso establecido es del 50%, el margen de error a aplicar a los resultados es del 4,4%.

Como se ha apuntado, el análisis de las revistas se realizó a partir del año 2002 hasta el 2012. Aunque los teóricos, García, *et al.* (2011: 6), sitúan el nacimiento de Internet como medio "masivo" en el año 1995 se optó por establecer una fecha que permitiese una visión

²⁸<http://ec3.ugr.es/in-recs/ii2/Educacion-fecha-2009.htm>

holística de un concepto ya aceptado y reconocido por la comunidad científica.

2.3. Criterios de selección de artículos

Sólo serán objeto de estudio aquellos números de las revistas que ofrezcan acceso online y libre al texto completo de los artículos. El motivo de esta acotación responde a la necesidad de incluir una característica asociada a la *e-Research* y a las nuevas tecnologías como es el *open access* o acceso abierto a través de la web. La *e-Research* debe estar comprometida con los tres procesos principales de cualquier investigación: objeto de estudio, metodología y medio de publicación. Bernius (2010) fundamenta la idea de las TIC como un instrumento que mejora la eficiencia en el proceso de creación del conocimiento científico. Además, este autor sostiene que las TIC han facilitado el acceso abierto.

Otra acotación de la investigación se centra en el análisis de artículos escritos en castellano.

La selección de los documentos objeto de análisis se realizó, de forma manual, teniendo en cuenta los títulos, puesto que se parte de la premisa inicial de que el título de dicho artículo debe indicar que se tratan temas relacionados con la *e-Research*. Esta premisa se toma para reforzar el valor final del análisis, aunque el resultado puede dejar fuera artículos pertenecientes a alguna de las categorías anteriores, y asegurar la pertinencia de los documentos incluidos.

2.4. Selección de términos para analizar

A partir de las acotaciones anteriores, se definieron una serie de términos que debían ser objeto de análisis en la población de revistas definida como objeto del estudio con el fin de obtener datos aritméticos sobre el uso de los mismos.

La serie de términos seleccionados se encuentra estrechamente relacionada con el concepto de *e-Research* y las TIC, que atañe de lleno a este estudio, y que a continuación se explicita:

- Red social y/o redes sociales.

- Medio social y/o medios sociales.
- Internet, la Red, la Web.
- Blogs, blogosfera, *blogger*, *microblogging*, bloguero y términos derivados o compuestos en parte por la palabra blog que hacen referencia a esta práctica en la Web.
- Foros.
- Wikis, Wikipedia, Wikileaks y términos derivados o compuestos en parte por la palabra wiki que hacen referencia a esta práctica en la Web.
- Web 1.0, Web 2.0 y/o Web 3.0.
- Correo electrónico y/o e-mail, email o mail.
- Chat.
- *e-Research* y/o *e-investigación*.
- *e-Learning*.

2.5. Método de trabajo

La realización del trabajo se ha basado en la aparición de estos términos, en las revistas analizadas, para su posterior identificación y recuento.

La fase de identificación del trabajo se amplió determinando el lugar en el que estaban emplazados los términos en las revistas, para ello, los epígrafes de los artículos considerados como zonas de mayor relevancia para el contenido son:

- Título.
- Resumen.
- Palabras clave.
- Contenido.
- Metodología.
- Conclusiones.

Según indica Correia (2001: 332), los tres primeros epígrafes (título, resumen y el texto) se consideran lo suficientemente relevantes como para analizarlos individualmente porque las fuentes de elección de palabras clave que representan el contenido de un texto son estos tres apartados. Del título y del resumen se pueden obtener el 25% y el 80% de descriptores, respectivamente. También se justifica el análisis de dichos apartados porque al realizar búsquedas es importante la correcta definición de los términos descriptivos, en este estudio el término *e-Research* y términos relacionados, como *e-investigación*.

Los apartados contenidos y conclusiones se conjugan en un único epígrafe de análisis denominado cuerpo del documento porque según Gómez del Pulgar (2001: 238), la Norma UNE 50-133-94 para la presentación de artículos en publicaciones periódicas, no diferencia entre ambos apartados.

La metodología se considera como un apartado individual para poder realizar y comparar el análisis del concepto *e-Research* como objeto y como método de estudio.

Por estos motivos, la tarea de análisis de este trabajo se realiza aplicando la siguiente estructuración:

- Título.
- Resumen.
- Palabras clave.
- Contenido y conclusiones: denominado cuerpo o texto a lo largo de este capítulo.
- Metodología.

No todas las revistas ni todos los documentos incluyen en su estructura los epígrafes citados, por lo tanto, en los casos de artículos que no responden a esta estructura el recuento de palabras se atribuyó al epígrafe texto de los mismos.

En el apartado de búsqueda *redes sociales* y *red social* no solo se identificó el número de veces que aparecían los términos, también se realizó la búsqueda de las redes sociales objeto del estudio de cada artículo y su ubicación en el mismo.

En cuanto a la identificación de las redes sociales en los documentos analizados se han incluido en los recuentos las siguientes redes sociales:

Figura 2. Redes sociales estudiadas.

Relación de redes sociales		
Facebook	Orkut	Google +
Twitter	Delicious	Spotify
Linkedin	Bebo	Fotolog
Tuenti	Shyrock	Metroflog
Myspace	Netlog	Studiuz
Hi5	Lexode	Dodgeball
Youtube	Dada	Calameo
Flickr	Slideshare	Issu
Second Life	Friendster	Tumbri
Menéame	Last.fm	StudiVZ
Vimeo	Wamba	Tumblr
Foursquare	Instagram	Google Buzz
Viadeo	Pinterest	Squidoo
Xing	Digg	Ring

Los parámetros generados a partir de la dinámica de trabajo se tabularon en una tabla de Excel. En las columnas se colocaron los términos de búsqueda anteriormente enumerados y en las filas cada año con las 23 revistas objeto de estudio. Además se incluyeron:

- Recuentos parciales para cada término de búsqueda.
- Recuentos totales de los términos, anuales y también abarcando la década completa objeto de estudio.
- Ideación y desarrollo de un índice, expresado en porcentaje, que representa la proporción de artículos de revistas cuyo contenido está relacionado con los términos buscados. Este indicador se

denominó Índice de Ponderación de la *e-Research* en Comunicación, en adelante Índice PEC. La ideación y desarrollo de este índice nace como respuesta a la necesidad de representar la inclusión del concepto *e-Research* por parte de las revistas españolas del área de comunicación, en sus publicaciones. El método para hallar este índice es:

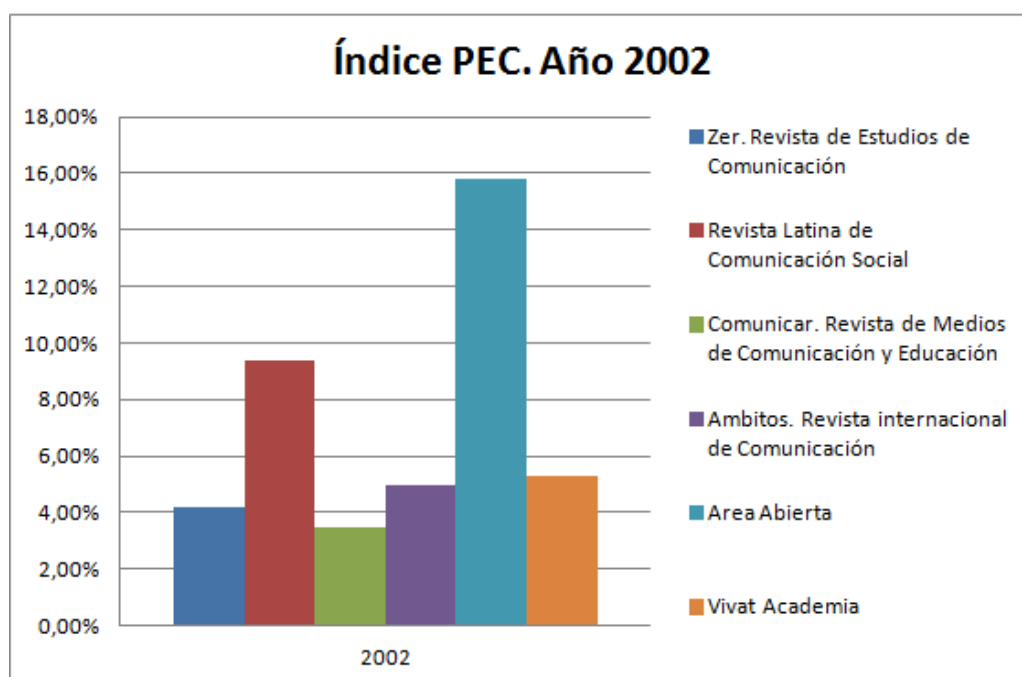
Figura 3. Fórmula para calcular el índice PEC.

$$\text{Índice PEC} = \frac{\text{Sumatorio total de las revistas analizadas en el año}}{\text{Nº total de las revistas publicadas en el año}}$$

3. Resultados

De acuerdo a los resultados del análisis, en el año 2002 se puede observar cómo son seis las revistas que incluyen en sus números anuales aportaciones relacionadas con *e-Research*, en cualquiera de las dos aplicaciones indicadas anteriormente en este capítulo. La revista de comunicación *Área Abierta*, con aproximadamente un 16%, es la que publica un mayor número de estos documentos.

Figura 4. Índice PEC del año 2002.



El año 2003 incluye tres revistas que publican documentos relacionados con *e-Research*, *Comunicar. Revista de Medios de Comunicación y Educación*, con un 20%, *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, con un 15%, y *Revista Latina de Comunicación Social*, con un 5%.

En los resultados de 2004 se observa un claro aumento del número de revistas que publican en sus números anuales temas relacionados con *e-investigación*. En este caso son ocho las publicaciones, y entre éstas se puede observar una clara diferenciación entre dos grupos: unos de ellos, compuesto por *Icono 14* y *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación* sobresale por encima de las demás revistas colocándose sobre el 15%, y el otro grupo de publicaciones que no llega al 10% de artículos de esta índole sobre el total publicado en el año.

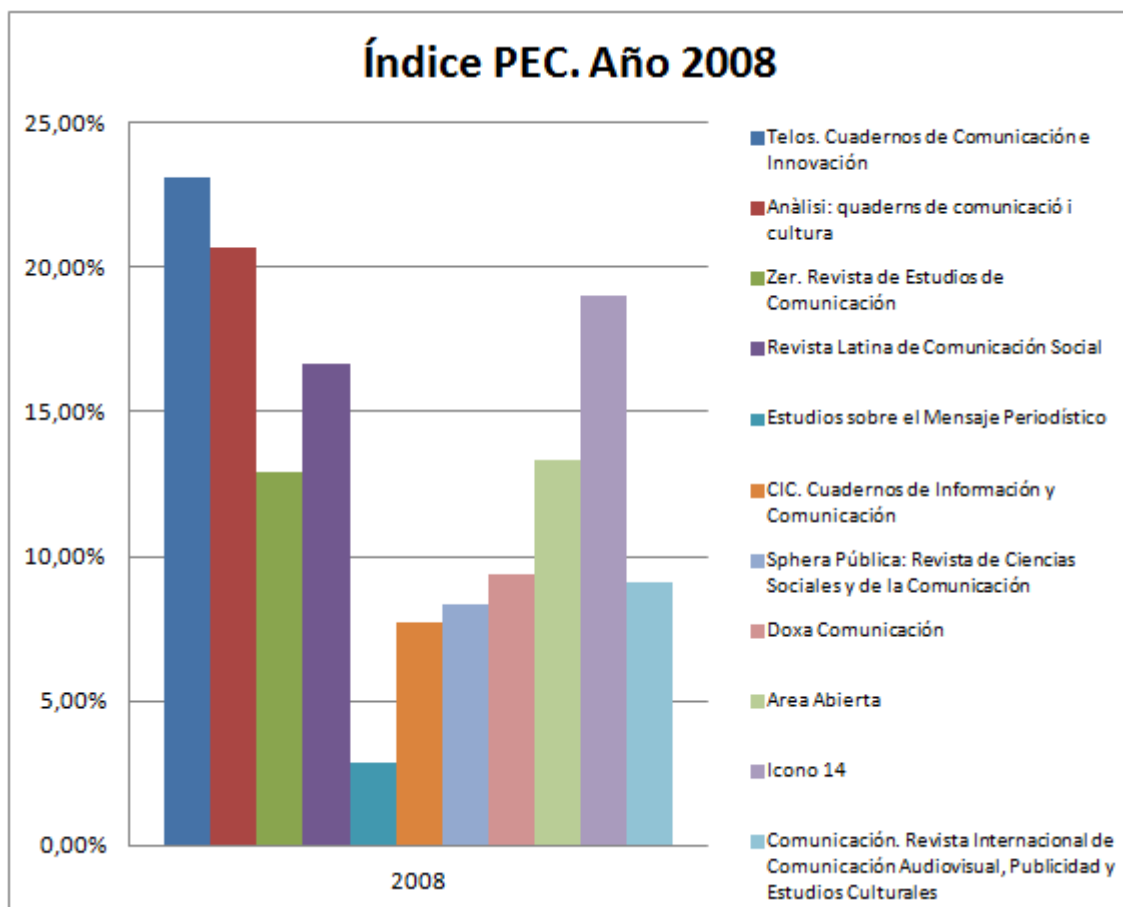
En el año 2005 son nueve las revistas incluidas en el análisis. Como en el año anterior, encontramos dos grupos divididos por la línea del 10%, ocupada por *Revista Latina de Comunicación Social*. El grupo que sobrepasa ese porcentaje son *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación* y *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, mientras que las siete revistas restantes rondan el 5%.

El año 2006 es otro año de incremento en lo que a número de publicaciones objeto de análisis se refiere, en este caso son once revistas. Sobre todas ellas destaca *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación* con un 45% aproximadamente de publicaciones relacionadas con *e-Research*, después de esta revista es necesario bajar a porcentajes inferiores al 25% para encontrar nuevas publicaciones como la *Revista Latina de Comunicación Social*, *Zer. Revista de Estudios de Comunicación* o *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Sin embargo, en este año el grosor de las publicaciones no alcanza el 10% de Índice PEC.

El Índice PEC de 2007 muestra el predominio de documentos sobre *e-Research* en *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, que junto a *Questiones Publicitarias. Revista Internacional de Comunicación y Publicidad* aportan porcentajes superiores al 14%. Las seis publicaciones restantes analizadas este año no llegan al 9%.

El año 2008 muestra un incremento del Índice PEC ya que, de las once publicaciones analizadas, son seis las revistas que sobrepasan el 10%, superando algunas el 20%.

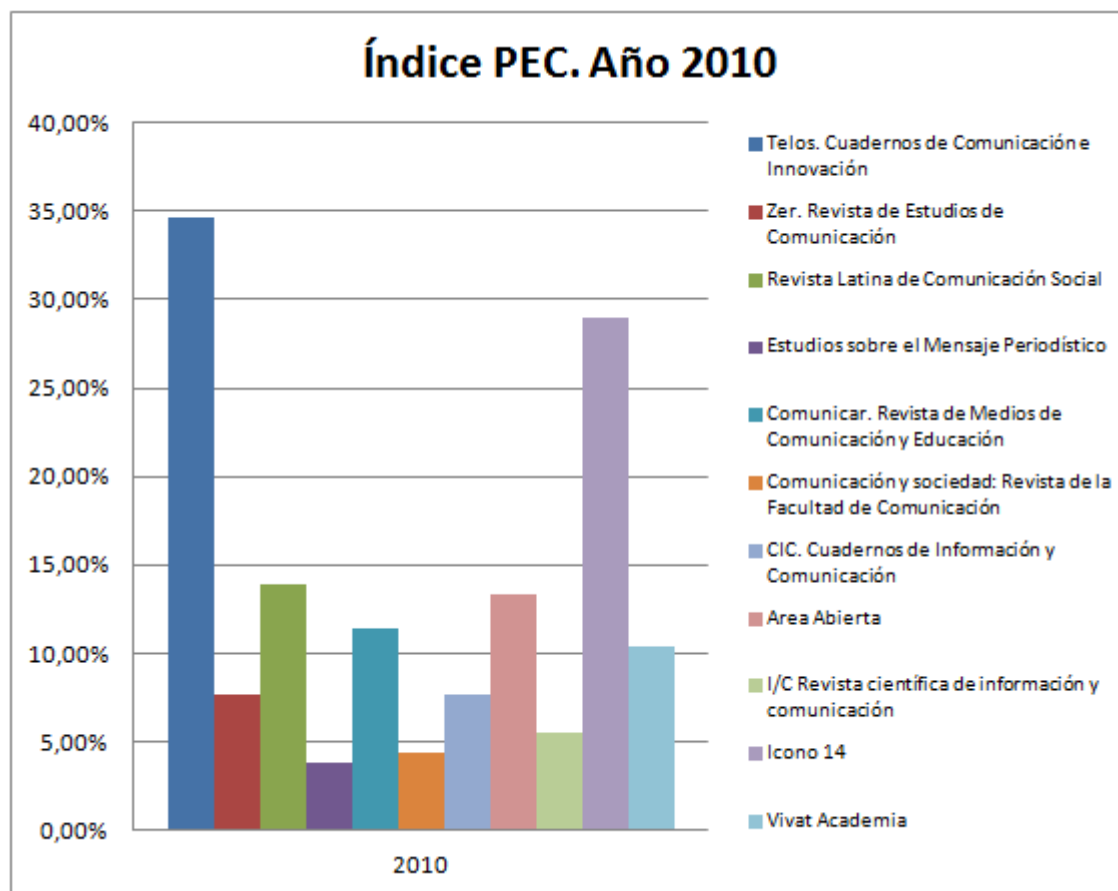
Figura 5. Índice PEC del año 2008.



En el año 2009 se produce una reducción sobre el Índice PEC. Sólo cuatro revistas sobrepasan el 10%, *Telos*, *Revista Latina de Comunicación Social*, *Comunicar*, *Doxa Comunicación* e *Icono 14*. Otros cinco títulos se encuentran en torno al 4% de dicho Índice.

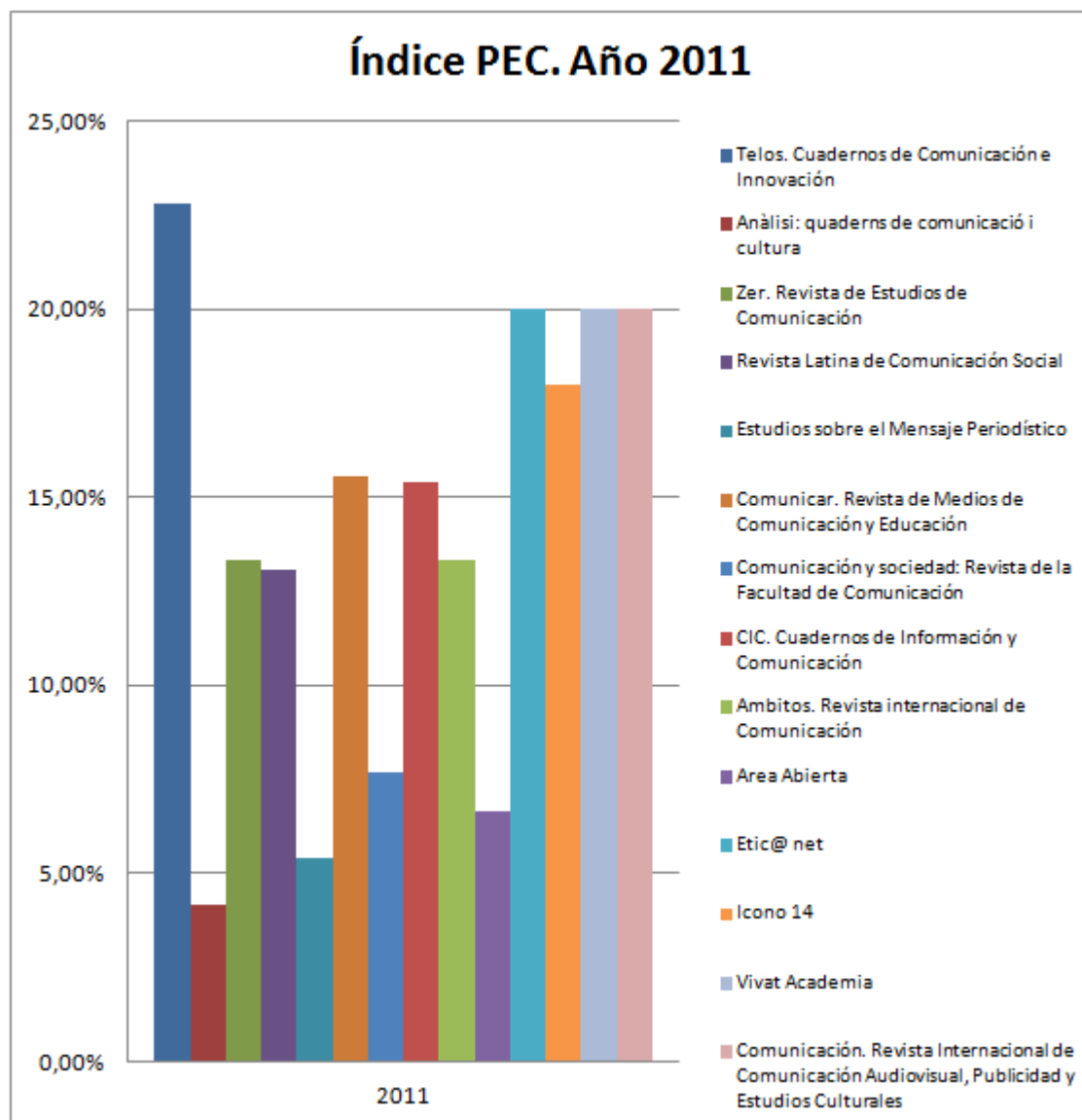
2010 es mejor año que el anterior, en lo que al Índice PEC se refiere, puesto que el número de publicaciones se mantiene y el Índice aumenta. En este año son seis las revistas que superan el 10% de contenido relacionado con *e-Research*.

Figura 6. Índice PEC del año 2010.



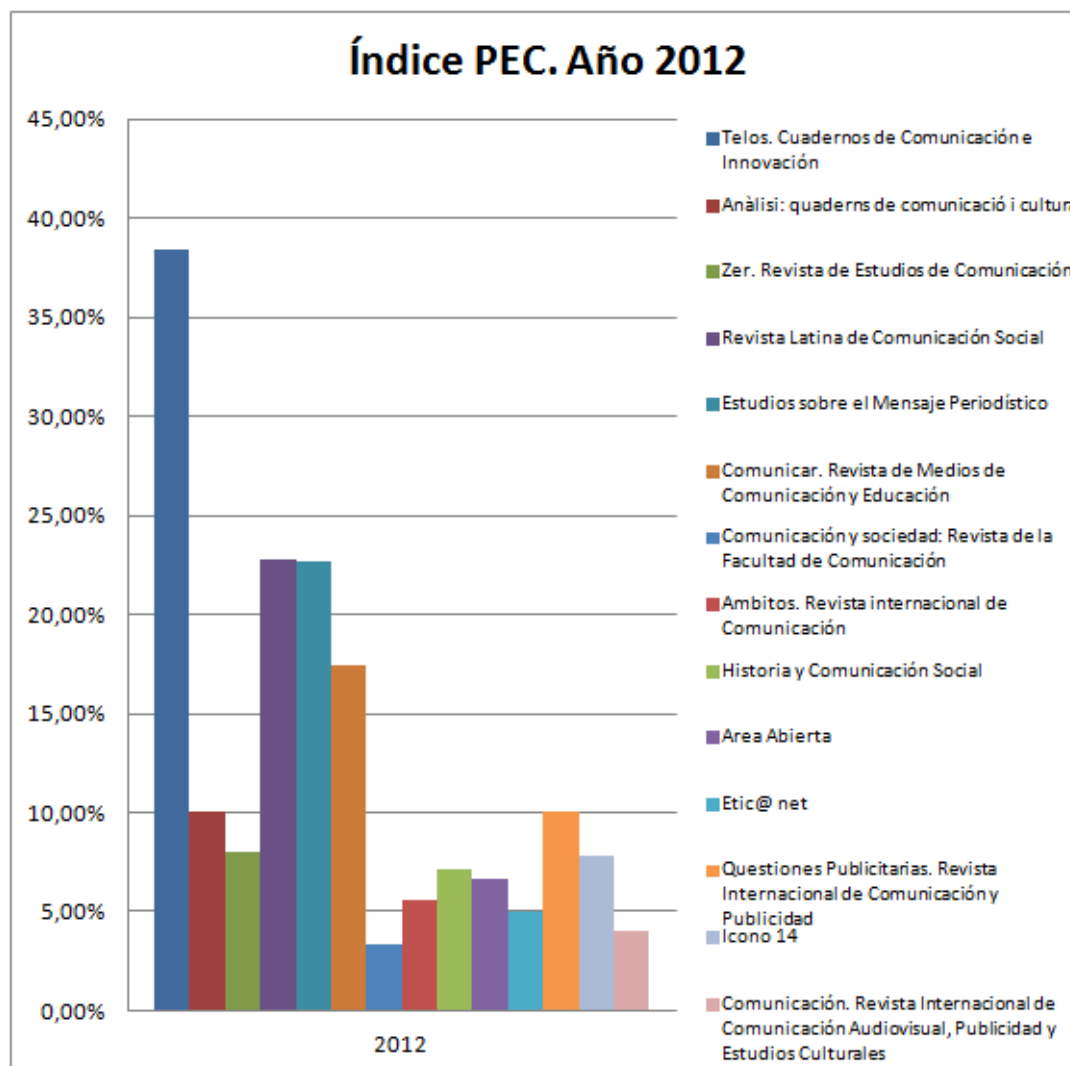
Durante 2011 aumenta el número de publicaciones analizadas, catorce títulos, de las cuales, cuatro superan el 20%, tres sobrepasan el 15% y tres incluyen más del 10%.

Figura 7. Índice PEC del año 2011.



El 2012 vuelve a agrupar las revistas, en tres grupos en este caso. El primero de ellos lo compone *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*. El segundo grupo está formado por tres títulos que sobrepasan el 15%, *Revista Latina de Comunicación Social*, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* y *Comunicar. Revista de Medios de Comunicación y Educación*. El tercer grupo lo componen diez publicaciones que se encuentran en torno al 10% y por debajo.

Figura 8. Índice PEC del año 2012.



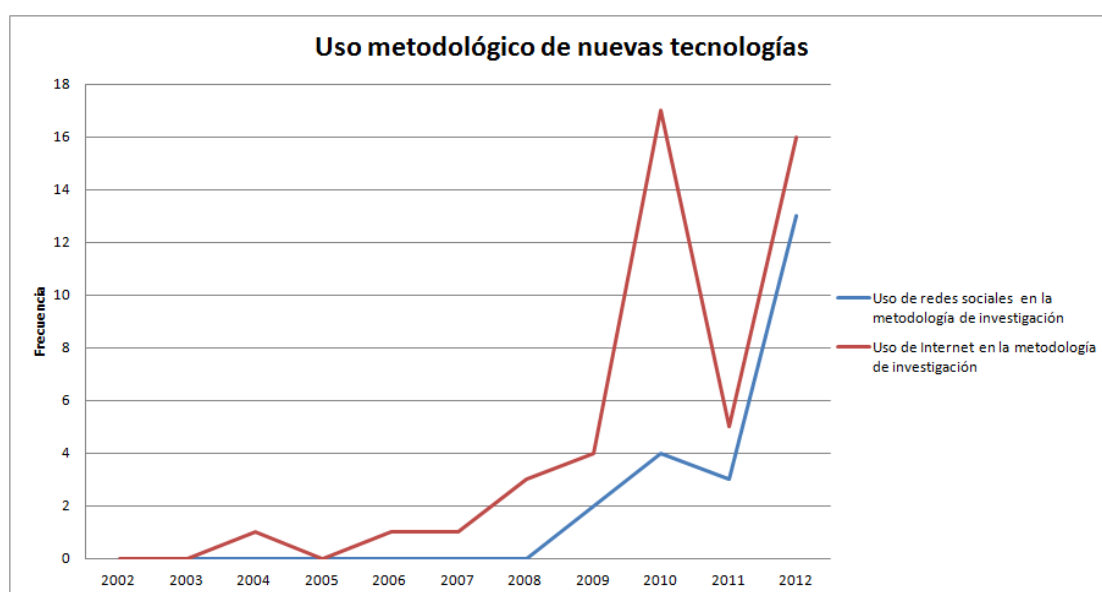
Como se apuntó anteriormente, el concepto *e-Research* se puede utilizar como método o como objeto de investigación. En esta investigación se analizaron ambas opciones.

Al realizar este análisis se tuvieron en cuenta los apartados metodológicos de los documentos a analizar y se comprobó si se utilizaba Internet y/o redes sociales como método de investigación. Como se puede observar en el gráfico de evolución, Internet comenzó a utilizarse, como elemento metodológico, de forma continuada en 2006. A partir de este año su uso aumentó progresivamente hasta dar un salto exponencial en 2010, que fue seguido por un decrecimiento acusado en 2011 para volver a crecer de forma importante en 2012.

En cuanto al uso de las redes sociales como metodología científica, fue en 2009 cuando se inició su aplicación, pero no ha sido hasta 2012 cuando ha crecido de forma significativa.

En cuanto a la *e-Research* como objeto de investigación, se ha comprobado la evolución de las publicaciones científicas sobre los distintos conceptos indicados en la metodología y relacionados con la *e-Research* y las TIC. El concepto Internet es el más utilizado, siendo 2009 el año en que más se ha investigado sobre él.

Figura 9. Uso metodológico de nuevas tecnologías.

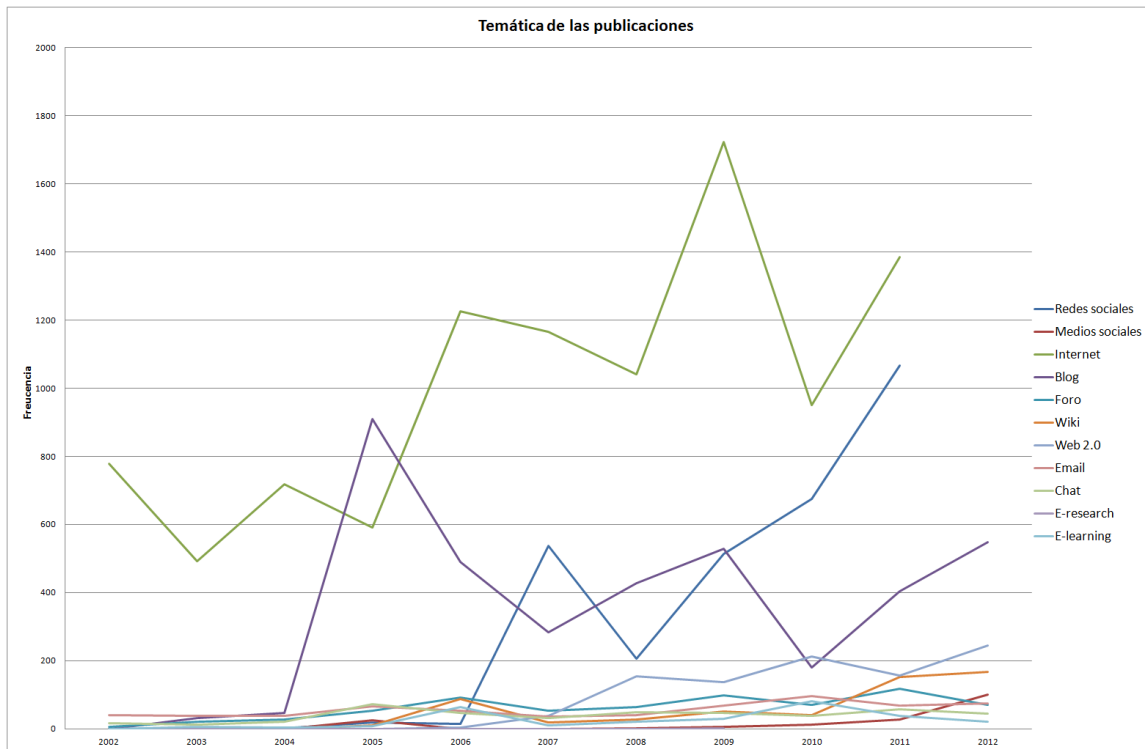


Los *medios sociales* son otro concepto interesante desde el punto de vista de la investigación, que en 2005 fue estudiado de forma constante aunque posteriormente sufrió ascensos y descensos.

Las *redes sociales* no aparecen de forma relevante como objeto de investigación hasta 2007 y es a partir de 2008 cuando comienza un aumento continuado en la investigación sobre este concepto.

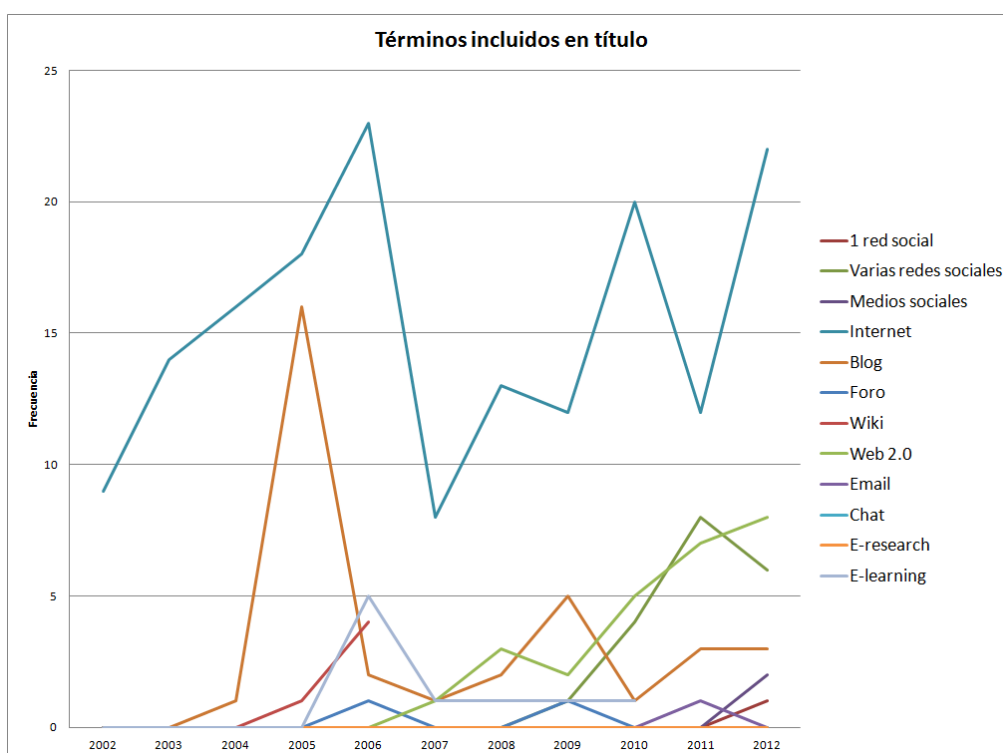
La *web social* (1.0, 2.0 y 3.0) es objeto de estudio a partir de 2008 pero no de una forma relevante, si lo comparamos con los conceptos anteriores.

Figura 10. Temática de las publicaciones.



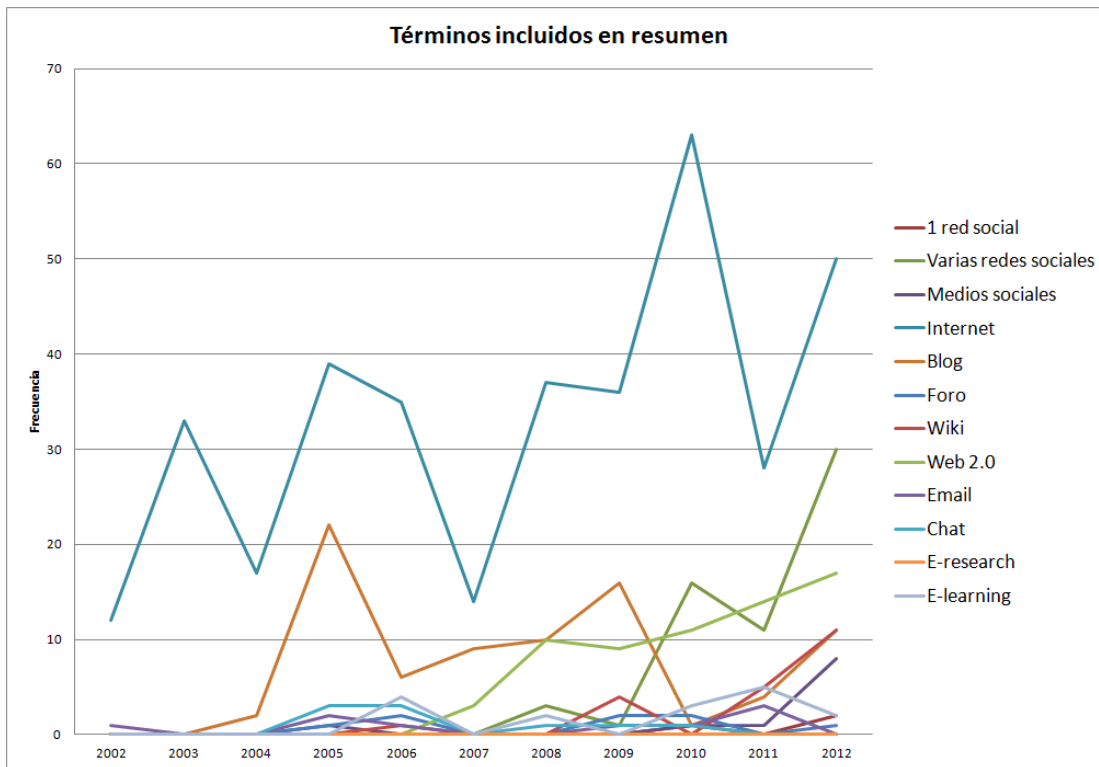
Desglosando la inclusión de los términos en los principales apartados de los documentos científicos: título, resumen, palabras clave, texto y conclusiones, podemos observar cómo *Internet* ha sido a lo largo de la década el término más utilizado en los títulos de los artículos. Los *blogs* tuvieron un pico en 2005, el *e-learning* en 2006, varias redes sociales en 2011 y la Web social en 2012.

Figura 11. Recuento de términos incluidos en el título.



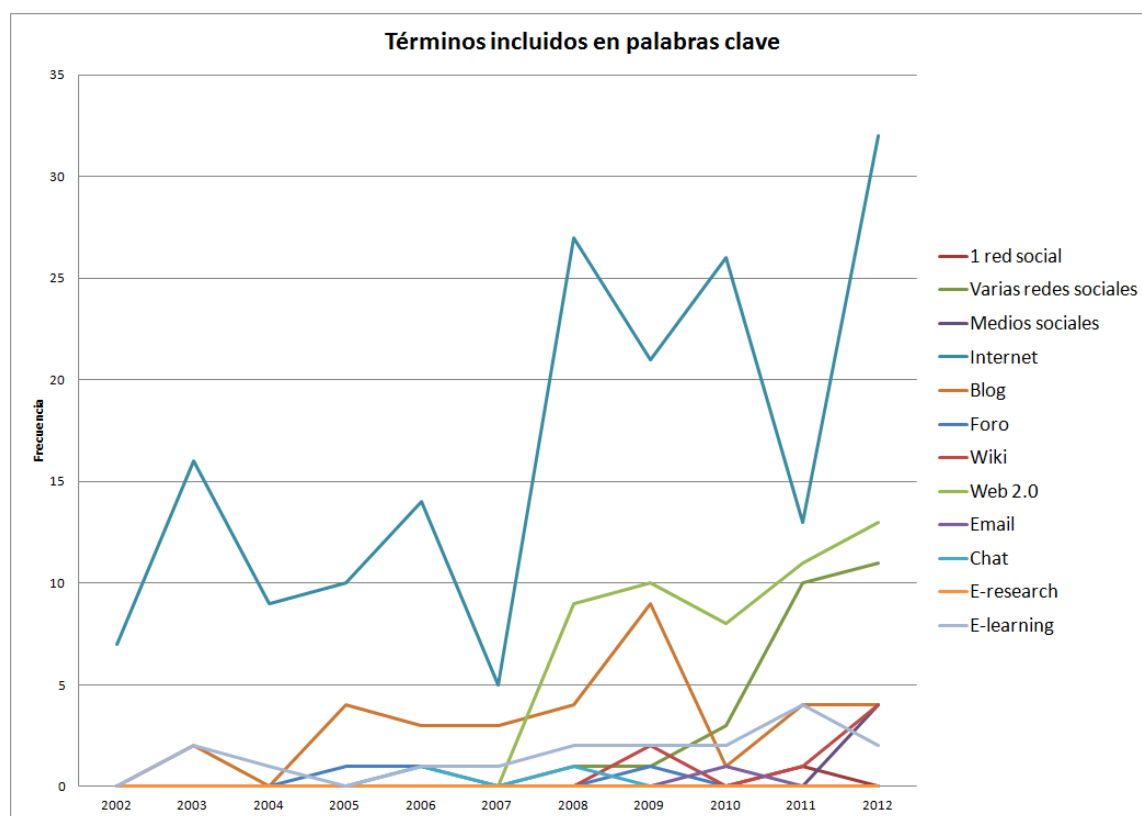
En el apartado del resumen, Internet ha sido el concepto más incluido en la década analizada. El término *blog* tuvo sus cifras más altas en 2005 y 2009. La inclusión de varias redes sociales en el resumen de los documentos no se produce hasta 2008. La *Web social* comienza a ser objeto de investigación y a partir de ese año su trayectoria es prácticamente lineal ascendente.

Figura 12. Frecuencia de los términos incluidos en el resumen.



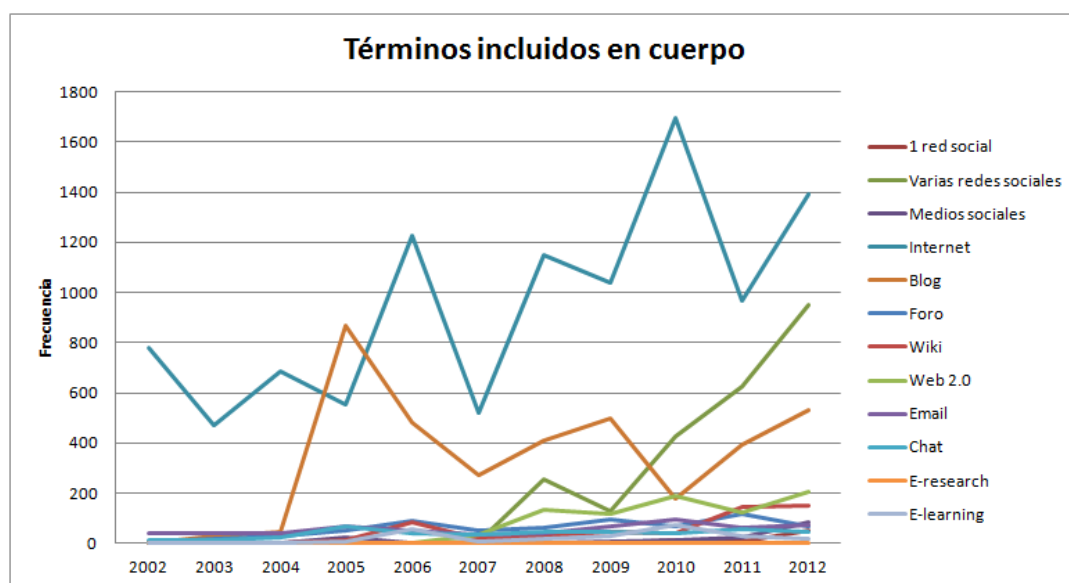
En las palabras clave el término *Internet* sigue siendo el que con mayor frecuencia aparece. La *Web social* aparece por primera vez en 2008 y varias redes sociales surgen en 2009 como objeto de investigación. En 2012 los conceptos *blog*, *wiki* y *e-mail* coinciden en el número de apariciones. El concepto *e-Research* no se presenta en los resúmenes objeto de estudio.

Figura 13. Totales de los términos procedentes de las palabras clave.



La diferencia de frecuencia en los términos incluidos en el cuerpo de los documentos científicos es evidente en el siguiente gráfico, nuevamente el concepto *Internet* es el que mayor frecuencia de aparición tiene. El término *blog* también destaca en sus apariciones a lo largo de la década objeto de estudio, teniendo su punto álgido en el año 2005. En 2009 comienzan a despuntar las apariciones de varias redes sociales en los cuerpos de los artículos publicados y hasta 2012 sus apariciones han crecido exponencialmente.

Figura 14. Términos incluidos en el cuerpo de los documentos.



En la inclusión de los términos en los distintos apartados de la estructura de los artículos, la palabra *Internet* siempre ha sido la más utilizada, tanto en el título, palabras clave, resumen, contenido y conclusiones. A la vista de los datos obtenidos en la investigación, y como se puede comprobar en la Figura 15, se puede concluir que existe una clara diferencia entre el uso de la *e-Research* como objeto de investigación y como método de investigación. Como objeto de investigación la *e-Research* y las TIC han sido utilizadas en un número mayor de casos publicados que como método de investigación.

Figura 15. *e-Research* como método u objeto de investigación.



Conclusiones y discusión

Tras el análisis cuantitativo de los resultados obtenidos con el estudio de los documentos de las 23 revistas que conforman el universo de la muestra se pueden extraer una serie de conclusiones.

En líneas generales, el estudio y/o aplicación de la *e-Research* en el área de comunicación tiene un lento desarrollo comparado con el crecimiento de estas técnicas de comunicación.

El estudio del uso metodológico de las nuevas tecnologías ha tenido un lento desarrollo a lo largo de la década. Las nuevas tecnologías se han asentado como herramientas de impulso y optimización económica desde antes del año 1995, sin embargo el estudio del uso de las mismas no se ha impulsado significativamente hasta el año 2008.

La *e-investigación* y conceptos relacionados, tal como indica el Índice PEC, no han despertado el interés científico de las revistas hasta el año 2011, fecha en la que parece que más de la mitad de las revistas del universo de este trabajo, comienzan a incluir en sus publicaciones artículos relacionados con la *e-Research*. No obstante, como el estudio finaliza en el año 2012 no se puede constatar si estos datos de 2011 y 2012 son el comienzo del estudio teórico o simplemente un pico relacionado con otro incentivo no relacionado con el interés científico.

En cuanto a las redes sociales como metodología científica, 2009 parece el año en el que comienza su implementación en las investigaciones, sin embargo, habría que constatar esta tendencia alcista más allá del año 2012 para confirmar que este tipo de estudios no responden a una tendencia pasajera.

Internet como metodología y objeto de estudio científico ha tenido un desarrollo más constante en el tiempo. El crecimiento del interés por su estudio sigue en constante aumento.

Esto parece indicar que la tendencia general es incluir las TIC como objeto o método del estudio, pero sin centrar el tema en la riqueza de las distintas opciones comunicativas que han surgido de Internet durante el periodo indicado.

Habría que constatar que el uso de términos como *blog*, *redes sociales* o *web 2.0* se deben realmente a un interés científico por esas áreas y no

por motivos de tendencias o modas no relacionadas con el área científica, en este caso de comunicación.

Los resultados obtenidos en esta investigación contrastan con las conclusiones de otros estudios sobre intención de uso realizados anteriormente, como el realizado por Calderón (2013). En esta publicación se muestra una actitud positiva por parte de los investigadores hacia la *e-Research* y su aplicación a sus trabajos.

En lo que respecta al universo y la muestra de este estudio habría que resaltar dos limitaciones principales. La primera, el estudio se reduce al ámbito de revistas y documentos en español, de carácter abierto y del área de comunicación. Por ello, sería interesante para continuar con esta línea de investigación el estudio de la influencia de la *e-Research* en otras áreas de investigación científica. Esta continuación del estudio permitiría establecer comparaciones y constatar las áreas de mayor interés científico por el tema. En segundo lugar, el carácter cuantitativo de los resultados obtenidos en el estudio es otro factor limitante. Un análisis cualitativo complementaría el análisis de los resultados y la aportación de conclusiones de mayor valor científico. Incluso sería interesante aumentar las áreas de estudio científico de la *e-Research* en el área de comunicación de publicaciones de otros países.

A partir de esta investigación, y como sugerencias para futuras investigaciones en esta área, se incluyen las siguientes reflexiones.

La diferencia entre la *e-Research* como objeto y como método de investigación constatada en esta investigación lleva a preguntar por el motivo de ese contraste, ¿se trata de una razón tecnológica, humana, etcétera?

Una comparación entre la intención de uso de la *e-Research* por parte de los investigadores y las investigaciones realizadas sobre esta temática ofrecerán una visión más completa de este concepto y ayudarán a solventar cualquier problema de implantación.

Referencias bibliográficas

- Arcila, C. (2011). “La difusión digital de la investigación y las resistencias del mundo científico”. En Said, E. (2011) (Coord.) *Migración, desarrollo humano, internacionalización y digitalización. Retos del Siglo XXI*. Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Ardévol, E. & San Cornelio, G. (2007). “Si quieres vernos en acción: YouTube.com. Prácticas mediáticas y autoproducción en Internet”. *Revista Chilena de Antropología Visual*, 10: 1-29.
- Atkins, D.E. et al. (2003). *Revolutionizing Science and Engineering through Cyberinfrastructure: Report of the National Science Foundation Blue-Ribbon Advisory Panel on Cyberinfrastructure*. Washington, DC: National Science Foundation.
- Benkler, Y. & Nissenbaum, H. (2006). “Commons-based peer production and virtue”. *Journal of Political Philosophy*, 14: 394-419.
- Bernius, S. (2010). “The Impact of Open Access on the Management of Scientific Knowledge”. *Online Information Review*, 34(4): 583-603. (DOI: 10.1108/14684521011072990).
- Calderón, C.A. (2013). *E-investigación en ciencias sociales: adopción y uso de TIC por investigadores sociales de América Latina*. CLACSO.
- Correia Gonçalves, C.C. (2001). “La función documentación/biblioteca: una perspectiva en Portugal”. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 24: 323-341.
- Cuel, R., Ponte, D. & Rossi, A. (2009). “Towards an Open/Web 2.0 Scientific Publishing Industry? Preliminary Findings and Open Issues”. Disponible en: <http://www.yumpu.com/en/document/view/11056191/towards-an-open-web-20-scientific-publishing-industry-#yumpudocumentcontainer> (consultado el 18 de agosto de 2013).
- Díaz de Rada, A. (2008). “La mediación computacional de la comunicación y la lógica de la investigación etnográfica: algunos motivos de la reflexión”. En Ardévol, E. et al. [eds.]. *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. Donostia: Ankulegi.
- Dutton, W.H. & Shepherd, A. (2005). “Confidence and Risk on the Internet”. En Manselland, R. y Collins, B.S. (eds). *Trust and Crime in Information Societies*. Cheltenham: Edward Elgar.

- Dutton, W.H. & Shepherd, A. (2006). "Trust in the Internet as an Experience Technology". *Information, Communication and Society*, 9 (4): 433-51.
- Dutton, W.H. & Jeffreys, P. (Eds.) (2010). *World Wide Research. Reshaping the Sciences and Humanities*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Dutton, W.H. & Meyer, E.T. (2008). "E-Social Science as an Experience Technology: Distance From, and Attitudes Toward, e-Research". 4th International Conference on e-Social Science. Manchester (UK).
- Elliott, M. & Scacchi, W. (2008). Mobilization of software developers: the free software movement. *Inf. Technol. People*, 21: 4–33.
- Estalella, A. & Ardévol, E. (2011). "e-Research: desafíos y oportunidades para las ciencias sociales". *Convergencia*, 18: 87-111.
- Fischer, M.D. (2006). "Introduction: Configuring Anthropology". *Social Science Computer Review*, 24 (3).
- García García, M. (2011). "Personalizar el mensaje online para construir marca. Aproximación conceptual". *Área Abierta*, 30: 1-19.
- Gómez del Pulgar Rodríguez de Segovia, G. (2001). "Evaluación de la revista de estudios políticos". *Revista de Estudios Políticos* (Nueva Época), 111: 227-250.
- Hewson, C. *et al.* (2003). *Internet Research Methods*. Thousand Oaks. CA: Sage.
- Hey, T., Tansley, S. & Tolle, K. (Eds.) (2009). *The Fourth Paradigm. Data-Intensive Scientific Discovery*. Redmond Washington: Microsoft Research.
- Holge-Hazelton, B.(2002). "The Internet: A New Field for Qualitative Inquiry?" *Forum: Qualitative Social Research*, 3 (2).
- Jankowski, N. & Caldas, A. (2004). *E-Science: Principles, Projects and Possibilities for Communication and Internet Studies*. Etmaalvan Communicatiewetenschap Day of Communication Science. Holland: Universidad de Twente.
- Lessig, L. (2004). *Free culture: how big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity*. New York, NY: Penguin.

- Mackenzie, D. (1999). "The Certainty Trough". En Dutton, W.H. *Society on the Line*. Oxford University Press, Oxford, pp. 43-46.
- Murray-Rust, P. (2008). "Chemistry for everyone". *Nature*, 451: 648–651.
- Nentwich, M. (2003). *Cyberscience: Research in the Age of the Internet*. Vienna: Austrian Academy of Sciences.
- Neylon, C. & Wu, S. (2009). "Open science: tools, approaches, and implications". Pacific symposium on biocomputing 2009, 14th Symp, Hawaii, 5–9 January (eds R. B. Altman, A.K. Dunker, L. Hunter, T. Murray & T.E. Klein). Singapore: World Scientific. pp. 540–544.
- Ponte, D. & Simon, J. (2011). "Scholarly Communication 2.0: Exploring Researchers' Opinions on Web 2.0 for Scientific Knowledge Creation, Evaluation and Dissemination". *Serials Review*, 37(3): 149-156.
- Procter, R. *et al.* (2010). "Adoption and Use of Web 2.0 in Scholarly Communications". *Philosophical Transactions of the Royal Society A-Mathematical Physical*, 368: 4.029-4.056.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.
- Rogers, E.M. & Kincaid, D.L. (1981). *Communication Networks; A New Paradigm for Research*. New York: Free Press.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.
- Welshons, M. (2006). *Our Cultural Commonwealth*. The report of the American Council of Learned Societies Commission on Cyber infrastructure for the Humanities and Social Sciences. Editado por la American Council of Learned Societies, EUA.
- Wouters, P. & Beaulieu, A. (2006). "Imagining e-science beyond computation". En Hine, C. (ed.), *New Infrastructures for Knowledge Production: Understanding E-Science*. Hershey, PA: Information Science Publishing.