

El valor de la identidad digital en las revistas científicas**The value of the digital identity of scientific journals****O valor da identidade digital das revistas científicas**Benjamín Barón-Velandia ¹ Corporación Universitaria Minuto de Dios. Colombia.Para la correspondencia: bbaron@uniminuto.edu

Recibido: 30-12-2023 Aprobado: 06-05-2024 Publicado: 18-05-2024

Cómo citar este artículo:Barón-Velandia B. El valor de la identidad digital de las revistas científicas. Rev Inf Cient [Internet]. 2024 [citado Fecha de acceso]; 103:e4510. Disponible en: <http://www.revinfscientifica.sld.cu/index.php/ric/article/view/4510>

En el contexto actual del desarrollo científico, la identidad digital de las revistas se ha convertido en un valor diferencial que le permite mejorar su reputación a través de la visibilización. La potencia que reviste la visibilidad de las revistas científicas representada en gran medida por las métricas alternativas y tradicionales permite reconocer los impactos generados por los resultados de investigación (artículos) que allí se publican.

A continuación, se presenta una aproximación a la definición de identidad digital y algunas herramientas que posibilitan su construcción, divulgación y posicionamiento en la Web.

Inmersos en la era de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), es importante reconocer su huella en el proceso de mediación de la identidad, al tomar el concepto de identidad digital como el complejo conjunto de elementos tecnológicos digitales que concilian la experiencia de la identidad construida por las personas de las revistas y delineada por los múltiples factores sociales y culturales.⁽¹⁾

Las TIC han configurado una identidad expandida de las revistas científicas, lo que posibilita la amplificación de datos editoriales, institucionales, imágenes, registros, destrezas, compromiso, marca, interoperabilidad con otras plataformas en diversas relaciones multinivel, entre otros. En este sentido, la identidad digital se conforma por mecanismos llamados rasgos de identidad. Las revistas usan múltiples identidades parciales de acuerdo con su actividad y rol desempeñado durante su ciclo de vida en línea.



Por otra parte, en relación con las herramientas que posibilitan su construcción, divulgación y posicionamiento en la Web, es imperativo reconocer que la reputación en línea es el nivel de percepción, opinión, consideración social que construyen los usuarios que tienen de la experiencia de habitar las diversas plataformas de la revista científica en línea. De acuerdo con lo anterior, es fundamental destacar que la identidad digital de la revista esté cuidada por los diversos actores que hacen parte de ella, es decir, no se puede dejar a libre albedrío la construcción de la percepción de la revista en manos de los “usuarios”.

En relación con lo anterior, los editores son los responsables de la creación intencionada de la identidad digital de la revista, la identidad de la revista no se puede dejar a libre interpretación, hay que condicionar, orientar, acompañarla desde la definición del perfil de la revista, con términos claros y distintivos. Dejar a libre interpretación de los usuarios la identidad de la revista puede ser un riesgo reputacional muy alto, porque los usuarios pueden hacerse una imagen borrosa y reproducirla en sus círculos científicos y/o académicos. Tener una mala reputación o no construir una identidad digital, puede ser un problema para las instituciones que las editan. Hay que establecer una correlación entre lo que la revista es y la opinión que otros tienen de ella en la Web.

Al plantear el tema de la reputación en la era de las TIC se tensionan paradigmas encarnados en términos como permanencia, tiempo, espacio, entre otros. En la Web se puede afirmar que la reputación es acumulativa, se amplía para bien o para mal en el tiempo. La reputación de una revista puede oscilar entre semanas o días, pasando de una percepción privilegiada a una pauperizada como consecuencia de los comentarios que se generen en redes sociales.

El control y frecuencia de las redes sociales que poseen las revistas científicas es una condición de posibilidad para la mejora de su reputación. En la Web, el espacio donde un usuario tiene la libertad de generar o reproducir información, que no necesariamente es verídica o validada puede influir en la toma de decisiones de aquellos que les siguen o están formando criterio científico. Pero bueno, la ventaja que tiene fluir en las redes, es que cuando estos comentarios u opiniones carecen de criterios de verdad o se determina su carácter destructivo, se pueden localizar e intervenir, es decir, no tienen la denominación de anonimato, se devela su existencia a través del medio en el que se pretenden ocultar.⁽²⁾

Para culminar este editorial, se destacan tres factores característicos de la reputación de una revista mediante su identidad digital, es decir, reconocer la identidad digital como el medio a través del cual se construye en los usuarios/comunidades una percepción positiva:

- a) Generación de acciones intencionadas en la revista: la manera como se presenta la revista en la Web, lo que permite distinguir la revista de otras, aunque sean del gran campo o de la disciplina, al fortalecer su trayectoria y mejorar la percepción construida por parte de los editores en las comunidades con las que están comprometidas en términos epistemológicos, metodológicos, didácticos, entre otros. Llevar a la Web la información que se desea sea determinante en la recordación de las audiencias.



- b) Accesibilidad de la información con la utilización de servicios disponibles en la red: una revista tiene como propósito fundamental dar a conocer los diversos artículos que aloja en sus plataformas, es decir, el contenido de la información y el posicionamiento en buscadores, para ser clasificada, ubicada, registrada, catalogada o indizada. Es imprescindible reconocer que adicional a lo anterior, la facilidad con la que las personas o comunidades acceden a la revista es tan importante como las maneras de acceder a los distintos contenidos en diversos formatos, una mirada más inclusiva, que conciba la habitación de múltiples mundos en un mundo global.⁽³⁾
- c) Identidad digital de la revista: pensar en la revista como un ser humano, con personalidad, sentimientos, rasgos, trayectoria, ya que ello le permitirá ser un organismo autónomo e interdependiente y no la limitará a la perspectiva del editor jefe que se encuentre en funciones.

Para mitigar el riesgo de pérdida de visibilización de la revista y que ello impacte en su reputación, se recomienda tener también en cuenta las siguientes herramientas:

OJS

Open Journal Systems (OJS) es un software libre para la administración de revistas creado por el *Public Knowledge Project* (PKP). Ayuda a mantener contenidos actualizados y dar respuesta a los usuarios de la revista, que son los protagonistas, por quienes realmente la revista es dinámica y a través de los cuales se mide la reputación.

ORCID

Open Researcher and Contributor ID, por tratarse de una plataforma digital e internacional de acceso abierto, ofrece un sistema de registro central para los resultados relacionados con la academia y la ciencia a través de un perfil que permite la obtención de un identificador único.

GS

Perfil Google Scholar/Académico es una herramienta que permite hacer público el perfil de la revista o investigador/académico con los trabajos publicados en la Web. La información se visualiza en los resultados de Google Scholar cuando se realice una búsqueda que esté relacionada con dicho autor o revista.

En síntesis, la generación de la identidad digital y cuidar la reputación de la revista, más allá de digitalizar contenidos o hablar bien de sí misma es tener la experiencia de inmersión tecnológica y construir con ella una relación simbiótica. Se trata del reto de plantearse las preguntas más filosóficas de la historia de la humanidad ¿Quiénes somos? ¿De dónde venimos? ¿Para dónde vamos?, entre otras y llevarlas a la Web de la manera más responsable, con la generación de confianza, credibilidad, autoridad e integridad en y de la revista.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Castañeda L, Camacho M. Desvelando nuestra identidad digital. Profesional de la información [Internet]. 2021 [citado 21 Dic 2023]; 21(4):354-360. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2012.jul.04>
2. Peachey A, Childs M. (2011) Reinventing ourselves: con-temporary concepts of identity in virtual worlds [Internet]. London, New York: Springer; 2011. Disponible en: [http://www.springerlink.com/content/978-0-85729-361-0-85729-361-9](http://www.springerlink.com/content/978-0-85729-361-0-85729-361-9#section=920026&page=1&locus=0)
3. Artigas W, Díaz-Chieng LY, Gómez Arévalos JA, Camero Gutiérrez JS, Baron, B. Habits of research: five practical contributions to research training. Praxis Pedagógica [Internet]. 2023 [citado 21 Dic 2023]; 23(34):1-9. DOI: <https://doi.org/10.26620/uniminuto.praxis.23.34.2023.1-9>

Declaración de conflicto de intereses:

El autor declara que no existen conflictos de intereses.

Financiación:

El autor no recibió financiación para el desarrollo de este artículo.

