

Comunicación científica (XXXVIII). Cómo hacer una estrategia «social media» para pediatras (V). Academic SEO a través de Google Scholar

J. Serrano-Cobos¹, C.I. Font-Julián¹, J. González de Dios², R. Aleixandre-Benavent³

¹Trademetrics Research Group-Universitat Politècnica de València. ²Servicio de Pediatría. Hospital General Universitario de Alicante. Departamento de Pediatría. Universidad «Miguel Hernández». Alicante.

³Instituto de Gestión de la Innovación y del Conocimiento (CSIC-Universitat Politècnica de València). UISYS-Universitat de València

Resumen

La interacción de los científicos en sus conductas de búsqueda de información científica ha cambiado en los últimos años, con la utilización cada vez más de Google Scholar como fuente principal de indagación. Por tanto, para mejorar el impacto científico es necesario entender cómo mejorar la encontrabilidad de la producción científica en este buscador, por lo que en este artículo se desglosa una selección de factores y acciones de comunicación que llevar a cabo con el fin de mejorar la presencia online de los pediatras y apoyar el impacto de su producción digital.

©2016 Ediciones Mayo, S.A. Todos los derechos reservados.

Palabras clave

Google Scholar, métricas, impacto científico, visibilidad científica, posicionamiento en buscadores científicos, ASEO

Introducción

El investigador de hoy día necesita que el producto de su investigación sea conocido y reconocido, tanto entre sus pares como entre los miembros de la sociedad (empresa y ciudadanos). Si hasta hace bien poco el objetivo primario de los investigadores era conseguir que sus artículos aparecieran entre los publicados en las más prestigiosas publicaciones científicas para recibir un mayor factor de impacto, con la irrupción de internet se han abierto nuevas puertas para redistribuir y comunicar esa producción científica en más canales¹.

¿Qué es Google Scholar y qué supone actualmente en la comunicación científica? Google Scholar, o Google Académico, nace en el seno del buscador Google en 2004 como un motor de búsqueda pensado para recuperar información de carácter académico (figura 1), de forma que ayude a encontrar información especializada relacionada con multitud de disciplinas.

Abstract

Title: Scientific communication (XXXVIII). How to make a social media strategy for paediatricians (V). Academic SEO through Google Scholar

The scientists' search behavior in their quest for scientific information has shift in recent years, increasing the use of Google Scholar as a main source of inquiry. Therefore, it is imperative to better understand how is possible to improve the findability of scientific production within this search engine. In the article, a selection of factors and communication actions are presented, so as to implement them in order to improve the online presence of pediatricians, supporting the online impact of their digital scientific production.

©2016 Ediciones Mayo, S.A. All rights reserved.

Keywords

Google Scholar, altmetrics, scientific impact, scientific visibility, scientific search engine optimization, ASEO

Su lema, «A hombros de gigantes», permite entender el fin que persigue el buscador. Aunque la frase fue utilizada con anterioridad en la historia, es Isaac Newton el que más fama le dio. Hace referencia a la metáfora de los enanos sobre hombros de gigantes atribuida a Bernard de Chartres², que significaría: «el descubrimiento de la verdad está basado en hallazgos anteriores».

Si se pretende aumentar el impacto científico de una investigación, podemos destacar diversos motivos por los que hoy día Google Scholar es crucial para que un científico aparezca mejor posicionado en este buscador:

- La interfaz de búsqueda y recuperación.
- La variedad de contenidos que Google Scholar considera «científicos» para recuperarlos cuando se busca en él.
- El uso del buscador en el ámbito mundial.
- El volumen de información científica recuperable.

Para cumplir su lema original, el buscador permite a los usuarios descubrir contenidos relacionados con las palabras clave