

Análisis de estrategias de promoción para la “Revista de Iniciación a la Investigación” de la Universidad Autónoma de Asunción (UAA)

Analysis of promotion strategies for the journal “Iniciación a la Investigación” of the Universidad Autónoma de Asunción (UAA)

Maria Soledad Silva-Guerín, Silverio Samudio-Barrios¹

RESUMEN: *En este estudio se busca diagnosticar las estrategias de promoción para la Revista de Iniciación a la Investigación de la Universidad Autónoma de Asunción (UAA). Se identificó las características de las estrategias de marketing para la promoción de revistas científicas; se caracterizó el contexto situacional de la Revista de Iniciación a la Investigación en cuanto a indexación y contenido publicado y determinaron los canales de promoción para realizar el Call for Papers a los estudiantes de postgrado y profesores de la UAA. Para la revisión de los materiales se utilizó como instrumento la ficha de identificación, dentro del análisis documental, estableciendo variables como los años de publicación, formato, fuente emisora, idioma, entre otros. Se visualizó alta productividad científica de los postgrados internacionales, es decir, enfocados al público brasilero, en contrapartida a los de origen paraguayo. Se recomienda la utilización de la tecnología para llevar a cabo acciones relacionadas a la promoción y así generar el incentivo a las investigaciones científicas.*

Palabras clave: *Marketing, Divulgación científica, Publicación científica, productividad científica.*

ABSTRACT: *This study seeks to diagnose the promotion strategies used by the journal “Iniciación a la Investigación” of the Autonomous University of Asunción (UAA). The marketing strategies characteristics for the promotion of scientific journals*

¹Universidad Autónoma de Asunción. Paraguay
Email: mariasole08@gmail.com

Recibido: 06/09/2019 Aceptado: 05/11/2019

Doi: 10.18004/riics.2019.diciembre.184-197



has been identified; the situational context of the journal was characterized in terms of indexation, published content, and determined the promotion channels to carry out the Call for Papers to postgraduate students and professors of the UAA. For the revision of the materials, the identification cards were used as an instrument, within the documentary analysis, establishing dimensions such as the years of publication, format, sources, and language among others. High scientific productivity of the international postgraduate programs were visualized, that is, focused on the Brazilian public, in contrast to those of Paraguayan origin. It has recommended the use of technology to carry out actions related to the promotion and thus generate the incentive for scientific research.

Keywords: *Marketing, Science popularization, scientific journals, scientific productivity.*

INTRODUCCIÓN

El Siglo XXI está marcado por los avances científicos y tecnológicos, en el que Internet constituye un elemento fundamental para la difusión del conocimiento. Las publicaciones científicas, más allá de la visibilidad y del impacto, deben ser motores direccionados al desarrollo de las sociedades.

Como primera instancia es necesario que los resultados de las investigaciones se den a conocer y, a partir de ahí, generar mejoras en los quehaceres y decisiones de la humanidad. Aquí radica la importancia de la comunicación de la ciencia como lo señala Ochoa Henríquez (2004, p.163), “Sin visibilidad no hay uso del conocimiento que es en definitiva la razón de ser de su producción”.

En Paraguay, como en el resto de América Latina, existen iniciativas que buscan enfrentar las barreras que condicionan la distribución y diseminación de la información científica generada localmente (Duarte Caballero & Duarte Masi, 2014). En este sentido se puede mencionar los esfuerzos que hacen las

instituciones como la Organización Panamericana de la Salud (OPS/OMS) a través de la Red Biblioteca Virtual en Salud de Paraguay, el Concejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), la Sociedad Científica del Paraguay (SCP_y), y a esto se puede sumar la aparición del medio digital denominado Ciencia del Sur, que apoya fuertemente la divulgación y visibilización de la ciencia, no solo de Paraguay sino de la región de las Américas.

La promoción de la cultura de la investigación y la productividad científica enfocada a los estudiantes universitarios, fue en la última década uno de los temas de mayor interés para muchas universidades del Paraguay y se evidencia mediante los constantes llamados a diversas actividades para docentes y estudiantes de modo a introducirlos al terreno de las investigaciones científicas; las más destacadas son las maestrías y doctorados para la formación de docentes investigadores del CONACYT en conjunto con universidades de alto rango en el país, que cuenten con acreditaciones nacionales como las de la Agencia Nacional de Educación Superior (ANEAES) e internacionales.

El estudio llevado adelante por Duarte Caballero & Duarte Masi (2014), indica que en Paraguay no existe un registro nacional de publicaciones seriadas y se desconoce la cantidad de revistas científicas existentes. (Tabla 1)

Tabla 1. Presencia de revistas científicas de Paraguay, en bases de datos indexadas

Bases	Cantidad de Títulos de Revistas	Área
Latindex Directorio	43	Salud, Sociales, Veterinaria, Psicología, Historia, Rural, Política, Naturales, Arquitectura, Ganadería, Educación, Antropología y Derecho
Latindex Catálogo	19	Salud, Sociales, Veterinaria, Psicología, Rural y Naturales
Latindex Enlace Electrónico	15	Salud, Sociales, Veterinaria, Rural, Derecho y Psicología
SciELO Paraguay	8	Salud, Sociales, Agrarias y Naturales
Dialnet	2	Salud y Sociales
DOAJ	2	Salud
CLACSO	1	Sociales
LILACS	9	Salud
E-revistas	--	--
Redalyc	--	--

Fuente: Presencia de revistas científicas paraguayas en bases de datos en línea (Duarte Caballero & Duarte Masi, 2014).

La calidad y la difusión fueron dos de los ejes de discusión en la “I Jornada y Seminario sobre Revistas Científicas” que se celebró en España en el 2006. En el encuentro se abordaron las temáticas relacionadas con la calidad de las producciones científicas como primer paso para la difusión que posteriormente genere impactos los trabajos publicados. En esta oportunidad se aprovechó para reclamar a los grupos editoriales el incremento de los recursos para una mayor difusión de los títulos de las revistas para hacerlos atractivos a los autores españoles y aumentar la visibilidad en el contexto internacional (Abadal & Alcaraz, 2008). Teniendo en cuenta estas perspectivas, se entiende que la escasa publicación y visibilidad de los trabajos de investigación no pasan por la falta de medio para la difusión, sino que unos de los factores tienen que ver con la proyección y promoción de las revistas científicas para los investigadores.

En Paraguay, el incentivo a la investigación es aún incipiente según Jiménez

(2012), a ello se suma la poca producción de los artículos científicos a nivel país, razón por la cual muchos de los trabajos publicados en las revistas arbitradas e indexadas corresponden a los autores extranjeros, especialmente provenientes de Brasil y Argentina. Por todo esto, se considera justificado centrar la atención en el desarrollo de estrategias para la promoción de la Revista de Iniciación a la Investigación, identificando sus características, situación contextual y los canales de promoción para los estudiantes que se inician en el campo de la investigación científica.

En este estudio se busca diagnosticar las estrategias de marketing para la promoción de la Revista de Iniciación a la Investigación de la Universidad Autónoma de Asunción (UAA). Para alcanzar dicho objetivo se buscará identificar las características de las estrategias de marketing para la promoción de revistas científicas; caracterizar el contexto situacional de la Revista de Iniciación a la Investigación en cuanto a indexación y contenido publicado y determinar los canales de promoción para realizar el Call for Papers a los estudiantes de postgrado y profesores de la UAA.

Promoción como base para la producción científica

La promoción no debería estar exenta al quehacer científico, es más, tendría que formar parte de las actividades de las personas dedicadas a cualquier disciplina de la ciencia para aumentar la visibilidad de los resultados de las investigaciones y apuntar al público no especializado.

Es aquí donde radica la importancia de la creación de estrategias y acciones de promoción, para el logro de los objetivos. Como una de las aristas que compone a la disciplina del marketing, la “promoción se refiere a las actividades que comunican los méritos del producto y persuaden a los clientes meta a consumirlo” (Kotler, 2017).

El incentivo a la investigación y publicación de artículos por parte del

entorno educativo recaen en las acciones promocionales; la existencia o nulidad de la misma de un Call for Papers en plataformas como las redes sociales y sitios web, define el conocimiento sobre la existencia de las revistas indexadas entre los estudiantes y docentes y, por ende, compromete la productividad científica de una institución de educación superior.

“Es fundamental tener informados a los lectores de la revista sobre la aparición de nuevos números o de novedades mediante algún sistema de alerta. Los más utilizados y recomendables son los boletines electrónicos y, sobre todo, la difusión de contenidos” (Abadal & Alcaraz, 2008).

La promoción en redes sociales, eventos científicos, posicionamiento en bases de datos y motores de búsquedas (Álvarez Rodríguez et. al., 2017), conforman una vía para generar impacto, interés y promoción de las revistas científicas como medio de socialización y divulgación de la producción científica.

METODOLOGÍA

Esta investigación es de diseño no experimental, descriptiva, de enfoque cuantitativo, ya que muestra realidades mediante la generalización de los datos (Hernández Sampieri, 2014). En este caso la situación de la *Revista de Iniciación a la Investigación* de la UAA en cuanto a los años y el formato de publicación, temática abordada, idioma predominante y cantidad de artículos publicados, así como el número de veces que fue promocionada por la universidad para generar potenciales investigadores dentro del alumnado y los profesores para postular artículos al mismo (Bernal, 2010).

La cantidad estudiada fue la totalidad los números y artículos publicados de la revista para su análisis y descripción, de manera intencionada, bajo el muestreo no probabilístico. Según Ragin (2008), los tipos de muestras que suelen utilizarse en este tipo de investigaciones son las no probabilísticas o dirigidas, cuya finalidad no es la generalización en términos de probabilidad. También se les conoce como

“guiadas por uno o varios propósitos”, pues la elección de los elementos depende de razones relacionadas con las características de la investigación (Hernández Sampieri, 2014).

El estudio se realizó en la Universidad Autónoma de Asunción sobre la base de los cuatro volúmenes publicados y promociones hechas para la revista en las redes sociales y página web de la universidad.

Cuadro 1. Ficha de identificación de la Revista de Iniciación a la Investigación

Ficha de identificación	
Años de publicación	2016 – 2017 – 2018
Formato	Impreso – Digital
Tipo de material	Revista científica
Fuente emisora	Universidad Autónoma de Asunción
Título	Revista de Iniciación a la Investigación
Idioma	Español - Portugués
Contenido	Artículos científicos de educación y empresariales
Promoción en medios	20 de julio de 2016
Indexación	No corresponde

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de proporcionados sobre la Revista.

Para la revisión de los materiales se utilizó como instrumento la ficha de identificación, dentro del análisis documental, estableciendo variables como los años de publicación, formato, fuente emisora, idioma, entre otros, tal como se visualiza en el Cuadro 1, con el fin de visualizar de manera general la situación de la revista en cuanto a sus aspectos técnicos y promocionales.

RESULTADOS

La Revista Científica de Iniciación a la Investigación se encuentra vigente desde su lanzamiento, ocurrido el 20 de julio de 2016, como “nuevo emprendimiento de la Dirección de Investigación y Proyectos de la Universidad Autónoma de Asunción” (UAA, 2016).

El objetivo de este material científico es “la difusión de los contenidos desarrollados para la formación de investigadores y de los trabajos de iniciación a la investigación realizados dentro de los programas integrados por las enseñanzas conducentes a los títulos de Máster o Doctor, en todos los ámbitos del conocimiento.” (UAA, 2018). Con esta meta se busca el involucramiento de los estudiantes y docentes del área de postgrado, tanto nacional como internacional, de la Universidad Autónoma de Asunción en la publicación de investigaciones sobre las diferentes disciplinas que abarcan las maestrías y doctorados de la casa de estudios.

Cumpliendo la primera dimensión de la investigación no se evidencian promociones sobre la revista, posterior a su lanzamiento en julio de 2016, cuyo informe de prensa fue divulgado en el portal web de la UAA. Tampoco se registró ni un *Call for Papers* para invitar a estudiantes y docentes a publicar en la revista, en todos sus años de vigencia.

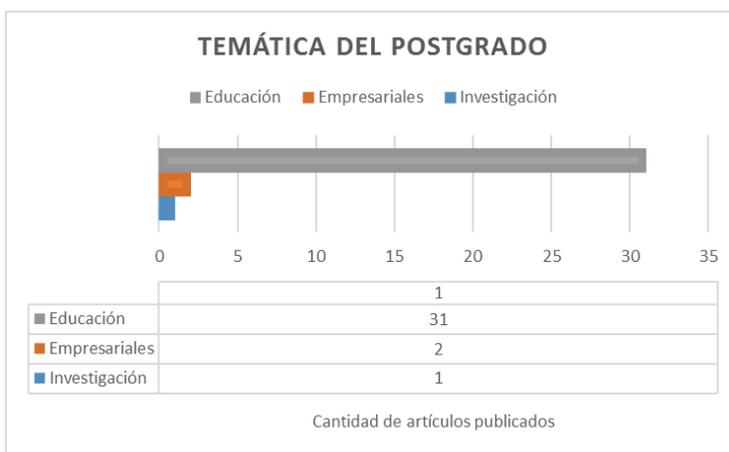
Se resalta que la revista cuenta con ISSN 2518-4024, pero no se encuentra indexada en ningún repositorio, así también los 48 autores que han publicado formaron parte de maestrías y doctorados, tanto nacionales como internacionales, de la UAA. Dichos postgrados son:

- Maestría Internacional en Educación (enfocada al público brasilero)
- Maestría en Investigación Científica
- Doctorado en Administración

• Doctorado Internacional en Educación (enfocado al público brasilero)

Seguidamente, se realizó un análisis de todos los tomos de la revista, totalizándose cuatro volúmenes, correspondientes a los años 2016 y 2018. Las variables utilizadas para la recolección de datos fueron: temática del postgrado, idioma utilizado, cantidad de artículos publicados por volumen.

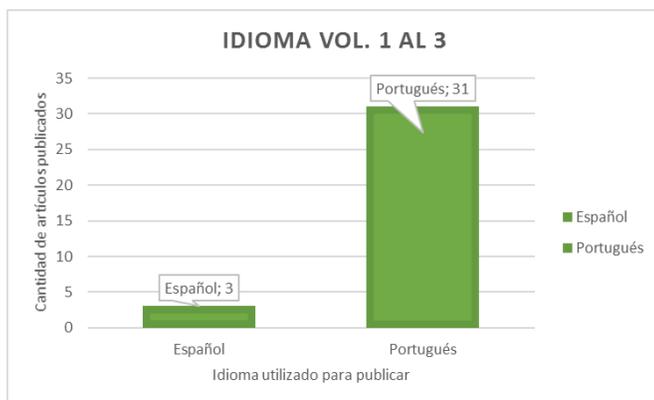
Gráfico 1. Cantidad de artículos publicados por temática



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la primera variable, de 34 artículos publicados, se visualizan tres temáticas: Educación, Empresariales e Investigación, de los cuales 94% corresponde a la primera, el 5% a la segunda y el 1% a la tercera, respectivamente; siendo la temática Educación la que tiene más publicaciones en la revista, tal como se visualiza en el Gráfico 1.

Gráfico 2. Idioma utilizado para publicar



Fuente: Elaboración propia

En la variable del idioma utilizado para las publicaciones, se detectó que el 94% de los artículos publicados se redactaron en portugués, mientras que el 6% están en español, datos que se visualizan en el Gráfico 2.

Tabla 2. Cantidad de artículos publicados por volumen.

VOLUMEN	CANTIDAD DE ARTÍCULOS PUBLICADOS
Vol. 1 – Julio 2016	8
Vol. 2 – Enero 2017	6
Vol. 3 – Julio 2017	9
Vol. 4 – Enero 2018	11

Fuente: Elaboración propia

Por último, la cantidad de artículos publicados en los cuatro tomos lanzados entre el 2016 y 2018 tuvo una creciente a partir del segundo semestre de 2017 y el

primer semestre de 2018, con el 58% de artículos publicados. (Tabla 2)

Con estos resultados se visualizó la alta productividad científica de los postgrados internacionales, es decir, enfocados al público brasilero, en contrapartida de los de origen paraguayo.

Con esto se visualiza que el público objetivo real al que se apunta con la revista es a los profesionales extranjeros, es decir, los que vienen al Paraguay a estudiar un postgrado importante como maestría y doctorado, específicamente de las ramas de las ciencias sociales, cuyos aportes a la sociedad son plasmados en artículos científicos como los citados anteriormente.

DISCUSIÓN

Las revistas científicas de las universidades forman partes de los canales de difusión y divulgación de los conocimientos científicos y constituyen una herramienta crucial para socializar las producciones investigativas de sus propios estudiantes con el resto de la sociedad. En este caso, esta revista es la puerta de acceso al terreno de las publicaciones científicas para aquellos que están incursionando en el campo de las investigaciones.

Como nuevo emprendimiento de la Dirección de Investigación y Proyectos de la Universidad Autónoma de Asunción para la formación de investigadores, dirigido a los programas integrados por las enseñanzas conducentes a los títulos de Máster o Doctor, en todos los ámbitos del conocimiento, se destacan las continuas ediciones semestrales desde su aparición en el 2016, dejando como precedente esta iniciativa como herramienta para la formación de semilleros en el ámbito investigativo y, además, como aporte a la sociedad.

Dado este escenario, y al constatar que hay interés en las publicaciones de los trabajos realizados, es necesario fomentar aún más las acciones de promoción para mejorar, no solamente la visibilidad y difusión de los contenidos, sino que la

revista sea una de las primeras opciones para los interesados en socializar conocimientos de sus áreas de estudio.

Es importante, aparte de centrar la atención en la revisión de los contenidos y las fases de producción de los trabajos realizados como pilares fundamentales para la calidad, también enfocarse en las acciones relacionadas a la promoción de la revista, dado que a falta de conocimiento de la existencia de los medios para la publicación puede generar cierta apatía en los investigadores amateur.

Las propuestas para fomentar la producción científica de los postgrados nacionales son:

- Promocionar la revista en las redes sociales institucionales de la UAA para incentivar la publicación por parte de estudiantes de la universidad y de otras casas de estudios.
- Realizar *Call for papers* para las ediciones semestrales, con dos a tres meses de anticipación a la publicación, en las redes sociales de la UAA, utilizando afiches digitales con contenido llamativo que invite a publicar.
- Realizar talleres de investigación al inicio de los postgrados sobre la importancia de publicar producciones académicas en revistas indexadas como una forma de contribuir a mejorar la sociedad a través de los conocimientos adquiridos en las maestrías y doctorados.
- Volver obligatoria la publicación de dos artículos como mínimo en los postgrados nacionales.
- Destacar en el apartado Inicio de la página web de la UAA las revistas científicas de la universidad, en especial la de iniciación por ser la más nueva.

- Realizar tutorías, y anunciarlas vía redes sociales, para el asesoramiento integral al alumno interesado en la investigación.
- En la actualidad, la tecnología brinda un sinfín de posibilidades para llevar a cabo las acciones relacionadas a la promoción y a desarrollar distintas estrategias para generar el incentivo a las investigaciones científicas, dado que muchas de estas opciones no implican necesariamente algún costo como en el caso de las redes sociales, entre otros.

REFERENCIAS

Abadal, E. y Alcaraz, L. (2008). Revistas científicas de las universidades españolas: acciones básicas para aumentar su difusión e impacto. *Revista Española de Documentación Científica*, 31 (2): 242-262.

Albornoz, M. (2005). Estrategias para la promoción de las publicaciones científicas argentinas. *Acta Bioquímica Clínica Latinoamericana*, 40 (2): 233-237.

Álvarez Rodríguez, D.; Fernández Ramírez, N.; Piñero de Laosa, E., Risco Villamañán, L.; Uña Izquierdo, F. y Bertot Valdés, J. (2017). Estrategia de difusión para la Revista de Producción Animal. *Revista de Producción Animal*, 29 (1): 1-6.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson Educación.

Duarte Caballero, A., & Duarte Masi, S. (2014). Presencia de revistas científicas paraguayas en bases de datos en línea. *Información, cultura y sociedad*, (31), 121-131.

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.

Iglesias Albarrán, L. (2017). La comunicación del trabajo académico en ciencia hacia la sociedad. Asunción: CONACYT.

Jiménez, V. (2013). Características del perfil de los investigadores categorizados por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología del Paraguay, (Tesis Doctoral), Universidad Autónoma de Asunción, Paraguay.

Kotler, P. (2017). Marketing. México: Pearson.

Kotler, P.y Armstrong, G. (2017). Fundamentos del Marketing. México: Pearson.

Mercado Percia, H. (2017). Usos de los llamados a publicar o Call for Papers en revistas científicas colombianas. Información, cultura y sociedad, 37: 99-112.

Ochoa Henríquez, H. (2004). Visibilidad: el reto de las revistas científicas latinoamericanas. Revista de Ciencias Sociales y Humanas, 20(43), 162-168.

Orozco, I; Villa, L.; Rodríguez, G. y Sánchez, J. (2015). Estrategias de promoción “on line”, “off line” para pequeñas empresas editoriales. Revista de Aplicación Científica y Técnica, 1 (2): 102-112.

Ragin, C. (2008). La construcción de la investigación social. Bogotá: SAGE.

Uribe Saavedra, F.; Rialp Criado, J. y Llonch Andreu, J. (2013). El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. Cuadernos de Administración, 26 (47): 205-231.