

# EDITORIAL

## LAS REDES SOCIALES EN LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

### SOCIAL NETWORKS IN SCIENTIFIC DISSEMINATION

---

Martha O. Correa – Posada\*

\* Editora. Profesor Facultad de Medicina Universidad CES.  
Miembro de la Academia de Medicina de Medellín.

**Correspondencia:**  
[mcorreap@ces.edu.co](mailto:mcorreap@ces.edu.co)

Como citar: Correa-Posada M.  
O. Las redes sociales en la di-  
vulgación científica. Anales de  
la Academia de Medicina de  
Medellín (An Acad Med Mede-  
llín). 2025;21(1):5-7.

DOI: <https://doi.org/10.56684/ammd/2025.1.1>

**L**A DIVULGACIÓN CIENTÍFICA puede entenderse como la forma de comunicar la ciencia de una manera sencilla al público general, más allá de los tecnicismos y formalismos académicos, realizada a través de medios no oficiales o científicos. El desarrollo del internet ha abierto canales de diseminación de la información que han contribuido a la evolución de la humanidad a pasos agigantados en diferentes campos. Las redes sociales atrapan consumidores de contenidos de todo tipo, y han servido como plataforma para la diseminación del conocimiento, brindando una información inmediata y fácilmente asequible. Trasladar la información científica a un lenguaje universalmente entendible, ha mejorado la forma en que las personas perciben su salud, transformando su relación con el sistema y con sus médicos (1).

El panorama del consumo de información digital noticiosa en Colombia esta resumido en el Reuters Digital News Report, analizados por Víctor García Perdomo de la Universidad de la Sabana. Este estudio muestra como el uso de redes sociales como fuente de noticias ha bajado del 72% en el 2022 al 61% en 2024, con un asenso en las redes que usan videos como las preferidas por los consumidores, siendo las redes sociales la plataforma preferida sobre el sitio web original

para la consulta. Los teléfonos inteligentes son el dispositivo más utilizado para la búsqueda con un 76% de preferencia entre los encuestados. La confianza en las noticias, según la encuesta, enfocada en los medios más fuertes del país, es de apenas un 34% (2). No es claro si estos datos se apliquen para la información científica de la misma manera, pero puede decirse que el uso de las redes sociales cada vez gana más adeptos, son una fuente de información frecuentemente consultada, y en ocasiones la única.

La consulta médica, ha sido tradicionalmente la forma en que el profesional y el paciente tienen contacto y era, hasta hace poco, el evento natural para el intercambio del conocimiento y el entendimiento del proceso salud - enfermedad. Hoy día, la posibilidad de interacción en las redes sociales, especializadas y no especializadas, entre el generador de contenido y el público ha generado otro escenario en el que las personas pueden preguntar o entender sobre su padecimiento, tal vez, supliendo las carencias que puede tener la capacidad o falta de tiempo del médico en la consulta para atender las inquietudes de los pacientes y transmitir su conocimiento.

La proliferación de contenidos científicos y de salud en las redes sociales, han hecho que el conocimiento sea apropiado por personas sin preparación suficiente o adecuada, y se ha convertido en un arma de doble filo para el consumidor, en especial cuando lo importante ahora no es la cantidad y el acceso a la información, sino su calidad.

Aunque la socialización de la ciencia puede hacer a las personas más conscientes y “empoderadas” a la hora de tomar decisiones en salud, la masiva ola de comunicación y la confusión entre divulgación científica y “marketing”, ha hecho que la información sea en ocasiones tergiversada o falseada, lo que puede llevar al público a cuestionar de tal manera el actuar médico, que lo lleve a tomar malas decisiones. En la era de la postverdad, donde las opiniones y las creencias personales pesan más que las verdades objetivas, el uso de las nuevas tecnologías para la disseminación de la ciencia puede ser catastrófica y contradictoria a los objetivos reales.

Esto abre un gran debate entre adeptos y contradictores, lo cierto es que las redes sociales han llegado para quedarse, siendo cada vez más amplias sus aplicaciones y su alcance, y es en este punto donde los actores en educación y en salud debemos tomar la comunicación de la ciencia de una forma responsable y ética para contrarrestar la ola de desinformación.

Las revistas científicas en las redes sociales tienen una oportunidad de conectar con público especializado y no especializado, mejorar su visibilidad y facilitar la consecución de contenidos y pares revisores; sin embargo, su uso requiere, igualmente, cuidar su contenido para no perder su rigor científico y ético.

Las Universidades, Asociaciones médicas, publicaciones académicas y entidades de salud deben tomar la delantera en la divulgación de la ciencia y en la generación de un código de ética para las publicaciones, las cuales deben basarse en información con soporte académico para las conclusiones, compartiendo información real, respetando la originalidad y la propiedad intelectual. Esta responsabilidad implica que las universidades como entes de formación, asuman el cambio que están generando las redes sociales, y puedan generar cátedras para su uso responsable. (3-4).

Desde Anales de la Academia de Medicina de Medellín, estamos conscientes de la necesidad de asumir los nuevos retos y dispuestos a iniciar el camino hacia esta nueva forma de divulgación del conocimiento, con el apoyo de todos los colaboradores. Dentro de las estrategias a futuro, el primer paso, es conocer el entorno de las redes, y las posibilidades para la revista, seguido de la creación de un plan de divulgación que atraiga a más usuarios. Aprovechar la visibilidad de la presencia en redes, ayuda a aumentar la accesibilidad al contenido, incluyendo investigadores, profesionales y público general, mejorando el impacto, además, le da a la revista la posibilidad de interactuar con el usuario generando cercanía. Estamos dando inicio a la planeación de un proceso estratégico que con el enfoque adecuado puede generar transformaciones que lleven a la revista a consolidarse como una publicación de calidad. ■

---

## REFERENCIAS

---

1. Auris Villegas, D., Vilca Arana, M., Saavedra Villar, P., Leiva Aguilar, N., Arritola Fernández, S. (2023). Divulgación científica: arte de visibilidad y alto impacto. Horizontes. Revista De Investigación En Ciencias De La Educación, 7(27), 468–480.
2. Reuters Institute. Digital News Report 2024: García Perdomo V: Colombia. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism; 2024. Consultado en (enero 28 de 2024) Disponible en: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024/colombia>
3. Fernández Bayo I., Menéndez Ó., Fuertes J, Milán M., Mecha R. La Comunidad Científica ante las Redes Sociales: Guía de Actuación para Divulgar Ciencia a través de ellas. DIVULGA, Unidad de Cultura Científica (UCC) de la OTRI-UCM; [fecha de publicación]. Disponible en: [enlace o URL si está disponible en línea].
4. Flores JM. Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. Comunica. 2009;33:73-81