



# Visibilidad, impacto y transferencia del conocimiento en revistas científicas de educación: la experiencia de Aula Magna 2.0

*Visibility, impact and knowledge transfer in scientific education journals: The experience of Aula Magna 2.0*

Ruiz-Corbella, M. , López-Gómez, E. , Arteaga-Martínez, B. , & Galán, A. 

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

## Resumen

El valor de la ciencia para la sociedad es indiscutible, pero para generar un impacto social y educativo, es indispensable saber transferir el conocimiento científico. El objetivo de este artículo es analizar la relevancia y el impacto de la difusión de un artículo científico en el proceso de construcción de la ciencia y su transferencia a la sociedad. También pretende valorar la irrupción de nuevos canales de difusión para el aumento de la visibilidad y la transferencia de los avances científicos, y explorar las analíticas del blog académico colaborativo propio del consorcio Aula Magna 2.0 como recurso de difusión de la ciencia para generar impacto.

El artículo analiza, mediante metodología cuantitativa descriptiva, a partir del análisis empírico de los datos extraídos del blog utilizado por dicho consorcio, su capacidad para propiciar visibilidad, impacto y transferencia del conocimiento en el contexto de las revistas científicas de educación.

Los principales resultados destacan el valor de los nuevos canales de comunicación de la ciencia, así como la necesidad de nuevos indicadores y criterios para evaluar su impacto. Estos nuevos canales aportan visibilidad a la investigación y capacidad de transferir ese conocimiento, adecuando lenguaje, formato y estilo a los diferentes colectivos receptores del mismo. En el caso del blog Aula Magna 2.0, los datos presentados permiten concluir que es un medio valioso de difusión del conocimiento a través de un espacio de colaboración, a la vez que permite generar impacto social y educativo.

**Palabras clave:** Comunicación científica; Difusión; Redes sociales; Transferencia del conocimiento; Impacto académico; Impacto social; Blog académico.

## Abstract

The value to society of the transfer of scientific knowledge is indisputable, however, it is essential to uncover effective transfer strategies in order to generate social and educational impact. This article aims to analyse the relevance and impact of the dissemination of scientific articles on the science development process and its transfer to society. This study also reflects on the use of new dissemination channels to increase the visibility and transfer of scientific developments. Specifically, it explores the analytics of the blog used by the Aula Magna 2.0 consortium as a science dissemination resource to generate impact.

The article follows a descriptive quantitative methodology that is based on an empirical analysis of data collective from the collaborative academic blog of the aforementioned consortium. It examines the potential of this blog to promote visibility, impact and knowledge transfer in the context of scientific education journals.

The main findings highlight the relevance of new scientific communication channels, as well as the need for new indicators and criteria for assessing academic and social impact. These new channels increase research visibility

and provide opportunities to transfer produced knowledge by adapting the communicative approach, format and style to different target groups. In the case of the Aula Magna 2.0 blog, the data presented allows us to conclude that it is a valuable tool for disseminating knowledge through a collaboration strategy, while also generating social and educational impact.

**Keywords:** Scholarly communication; Information dissemination; Social media; Knowledge transfer; Impact; Blogging.

---

<b>Received/Recibido</b>	2020 june 12	<b>Approved /Aprobado</b>	2020 october 20	<b>Published/Publicado</b>	2020 december 8
--------------------------	--------------	---------------------------	-----------------	----------------------------	-----------------

---

La publicación de los resultados de investigación resulta clave para el desarrollo de la ciencia. Desde hace más de cuatro décadas, la revista científica se ha convertido en el canal por excelencia, especialmente en el área de las ciencias y las ingenierías, si bien esta lógica se ha trasladado también al campo de las ciencias sociales y de las humanidades (Fuentes, Luque & López-Gómez, 2012). Precisamente por ello, el artículo científico es el referente esencial de los sistemas de evaluación para la contratación y la promoción de investigadores y profesorado universitario, frente a otros formatos como el libro o el capítulo de libro (Niles, Schimansji, McKiernan & Alperin, 2020).

Una de las claves para que la revista científica haya llegado a ser considerada como el mejor canal de difusión, reside en la posibilidad de medir su impacto, que se calcula en función de la frecuencia con la que sus artículos son citados en revistas concretas en un periodo de tiempo determinado. Ahora bien, esta forma de medir el impacto de una publicación está siendo muy cuestionada, básicamente por dos motivos: el primero se refiere a la limitación de la propia métrica; el segundo —que no se circunscribe a la comunidad científica—, plantea su limitación para conocer el impacto real de los resultados en la sociedad, es decir, si la investigación ha logrado un efecto positivo en la sociedad (Flecha, 2018). Tal y como señala Green (2019), el factor de impacto ya no es suficiente, hay que considerar nuevos canales de difusión dirigidos a lograr también un impacto social de los resultados de nuestras investigaciones. En definitiva, están surgiendo voces que vaticinan que la medida clásica del factor de impacto tiene los días contados, al aparecer otros modelos de difusión científica

que miden mejor su impacto en la sociedad y en la ciencia (Ruiz-Corbella, 2018).

En este contexto, la comunidad científica se ve abocada a considerar que la publicación de resultados de investigación es parte del proceso de difusión que no debe dirigirse únicamente a la comunidad científica, sino que ha de llegar también a la ciudadanía (European Commission, 2018). Para ello, son necesarios otros formatos que acerquen los resultados de investigación a otros sectores de la sociedad, lógicamente con un lenguaje, formato y estilo diferenciados del puramente académico. El propósito no es otro que “(...) sacar la ciencia y la tecnología a la calle, lejos del laboratorio, el aula o el centro de investigación, fuera de los foros canónicos de comunicación y transmisión, es decir, la academia y los ateneos” (Chaparro, 2018, p. 5). De este modo, la difusión se plantea como un derecho del ciudadano, especialmente si se considera que la investigación se financia, fundamentalmente, con recursos públicos.

Aunque la dimensión académica de la comunicación científica está ya muy arraigada en el área de las materias STEM, en Ciencias Sociales y Humanidades y, en concreto, en Educación, queda aún mucho por hacer para acercar los resultados de las investigaciones a la sociedad (Santos Rego, 2020). En este sentido, surgen algunas preguntas para los investigadores y los editores de revista científicas: ¿qué debemos entender por difusión en la ciencia?, ¿qué debemos tener en cuenta para difundir nuestros hallazgos?, ¿existirán otros formatos y canales de publicación diferentes al FI clásico que se valoren de la misma forma en la comunidad académica?, ¿se sabe generar impacto procedente de lo que se investiga y publica?, y

por último, ¿podemos hablar de diferentes tipos de impacto?

Para avanzar en las respuestas a tales cuestiones, este artículo plantea tres objetivos con los que profundizar en la difusión del conocimiento que se genera en la comunidad científica y en la evaluación de su impacto en los entornos emergentes que facilita la web 3.0:

1. Analizar la relevancia y el impacto de la difusión de un artículo científico en el proceso de construcción de la ciencia y su transferencia a la sociedad.
2. Valorar la irrupción de nuevos canales de difusión para el aumento de la visibilidad y la transferencia de los avances científicos.
3. Explorar las analíticas del blog académico colaborativo propio del consorcio Aula Magna 2.0 como recurso de difusión de la ciencia para generar impacto.

Para dar respuesta a los dos primeros objetivos, se realizará una revisión crítica del estado de la cuestión. El tercer objetivo se abordará a partir del análisis empírico de los datos extraídos del blog objeto de este estudio.

#### ***Qué se entiende por difusión de la ciencia: difundir más allá de publicar***

Es de sobra conocido el papel que desempeña la difusión en el ciclo de la ciencia. Desde siempre ha existido esta función trasladando los avances y resultados, bien a la propia comunidad —recuérdese el caso de los gremios en la edad media o las sociedades científicas a partir del siglo XVIII—, bien a grupos más amplios a través de conferencias o publicaciones. Para analizar la eficacia de la difusión debemos tener en cuenta que tanto los expertos -investigadores, profesorado universitario- como los receptores -audiencias diversas- son realidades heterogéneas y en permanente evolución, incardinados en comunidades con intereses, necesidades y perspectivas particulares, por lo que la difusión de la ciencia siempre ha exigido un

tratamiento diferenciado adecuado para cada grupo. Es decir,

(...) la cuestión sobre qué se dice solo puede resolverse si simultáneamente se comprende cómo, dónde, cuándo y para quién se dice. Son estas circunstancias de modo y lugar las que permiten alcanzar una mejor comprensión del tránsito del conocimiento de un contexto a otro, y por ese medio, una mejor comprensión de casos concretos de divulgación científica (Escobar-Ortiz & Rincón-Álvarez, 2019, p. 143).

Desde este planteamiento se entiende que todo investigador deba planificar, desde el inicio de sus proyectos, cómo y dónde va a difundir los avances y resultados de su trabajo. Buena muestra de ello son los formularios de las convocatorias de investigación competitivas, como es el caso de los Proyectos de Investigación I+D+i convocados por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España, o los derivados del 6º Programa Marco de Investigación, Desarrollo Tecnológico y Demostración de la Unión Europea, en los que se destina un apartado importante de la solicitud a la concreción y financiación de su difusión.

Ahora bien, no podemos obviar que las decisiones en las políticas de evaluación de la producción científica son las que han influenciado de forma significativa el cambio y homogenización del comportamiento de investigadores y académicos en torno a la difusión de la investigación. En España, a lo largo de los últimos treinta años (concretamente a partir del Real Decreto 1086/1989 que estableció la evaluación de los tramos de investigación), se ha impuesto la evaluación de la producción científica en todos los campos de conocimiento a partir del factor de impacto, convirtiendo los artículos en el máximo exponente de dicha producción. Por esta razón, desde finales de la década de los 90 del pasado siglo, el número de revistas científicas de Educación en España ha aumentado exponencialmente (Ruiz-Corbella, Galán & Diestro, 2014), así como el número de artículos publicados, mientras se han

desdeñado otros canales y formatos de comunicación. Esta realidad, innegablemente, modificó el modo de investigar y comunicar.

Hasta entonces, la implicación del autor en la difusión de su trabajo terminaba con su publicación en una de las pocas revistas existentes, reconocidas sobre todo por su historia, su director, el número de suscriptores y su presencia en bibliotecas y hemerotecas. En el mejor de los casos, el autor se limitaba a la distribución de las separatas del artículo entre investigadores y colegas de su círculo próximo. A partir de ese momento, la relevancia de la producción científica se centró en el factor de impacto de la revista en la que publica (citas recibidas), lo que generó avances, sin duda, en la difusión académica de las investigaciones, pero también algunas malas prácticas (Pfleeger, Katz & Bowers, 2019). Ante esta situación, irrumpen nuevos modos de interpretar y llevar a cabo la difusión de la investigación. Nos referimos a la transferencia de conocimiento, ya que

(...) se reivindica no solo la generación de ese conocimiento científico y su publicación, sino también su impacto e influencia en la sociedad. Por tanto, la evaluación de las publicaciones en el currículo académico resulta insuficiente y es necesario atender a otras facetas de la actividad investigadora (Giménez, 2018, p. 2).

Si bien se reconoce el valor de la ciencia como el motor para el desarrollo de las sociedades (Santos Rego, 2020), para la competitividad de la economía, la innovación y la consolidación de sociedades democráticas (lograr ciudadanías participativas y facilitar gestiones transparentes), se hace necesario transferir esos conocimientos no solo a la comunidad científica, sino a toda la sociedad, con el fin de generar un impacto social y educativo, “en múltiples direcciones, y no en una única dirección, de acuerdo con las circunstancias de modo y lugar que se hayan identificado” (Escobar-Ortiz & Rincón-Álvarez, 2019, p. 145). En estas nuevas posibilidades de difusión la web permite utilizar nuevas estrategias, entre las que

destacan las redes sociales, capaces de facilitar una visibilidad hasta ahora inimaginable (Abadal, 2017).

En definitiva, es importante que la sociedad pueda tomar decisiones bien informadas sobre los problemas que le afectan, pero para ello es necesario que la información derivada de la investigación científica sea clara y comprensible, que garantice la participación ciudadana en ciencia y tecnología en su más amplio sentido. Y en este punto es donde tiene sentido la utilización por parte de los investigadores de la diversidad de canales de los que disponemos para la difusión de resultados (Weller, 2018).

### *La red, las redes y los nuevos canales de difusión de la ciencia*

La aparición y rápida expansión de Internet supuso un nuevo entorno para la interacción que afecta a lo más genuino de todo ser humano: la estructura comunicativa a través de un lenguaje multimodal, hipertextual y no lineal (Arcila-Calderón, Calderín-Cruz & Sánchez-Holgado, 2019).

Lo significativo de esta nueva estructura comunicativa es que facilita el que todos puedan interconectarse con todos, sin un límite espacial o temporal, con una clara pretensión de inteligencia colectiva apoyada en la participación y colaboración (...) En suma, ya no se trata únicamente de transmitir y compartir información, sino de reutilizarla y transformarla en conocimiento. Y será la tecnología la que facilite los artefactos y los soportes para lograrlo a una velocidad y con un volumen de datos inimaginables (Ruiz-Corbella & García-Gutiérrez, 2019, p. 33).

A partir de la implantación de la web 2.0 se comprueba en el ámbito de las revistas científicas una transformación en todos los órdenes, ya que posibilita no solo enriquecer los contenidos que se ofrecen, como es el hipertexto, sino también la interacción entre editores, autores y lectores. El acceso a estas publicaciones crece exponencialmente, siempre que se facilite su visibilidad a través de los metadatos, su incorporación en bases de

datos prestigiosas y su presencia en la web, especialmente a través de las redes sociales. Sin duda, “no se trata de un cambio, sino de una transformación radical del modo de entender la revista científica, de publicar en ella, de difundirla y de medir su impacto” (Ruiz-Corbella, 2018, p. 506). Se empiezan a plantear nuevas prácticas, como son la publicación en abierto de los datos de las investigaciones, los *preprints* como primer acercamiento antes de la publicación definitiva, la evaluación de su impacto a través de fuentes abiertas (redes sociales), no limitándose a bases de datos cerradas, ni al contexto exclusivamente académico (Dinu & Baiget, 2019; Giménez, 2018).

En este medio, las redes sociales comienzan a ser consideradas, por parte de editores y autores, elementos básicos para mejorar la difusión y el impacto de sus revistas y sus contenidos. Para ello, se publican en la red contenidos asociados a los artículos a través de diferentes canales de comunicación, como son blogs, Facebook, Twitter, YouTube o Instagram, con lo que se promueve también la opción de ser reutilizados, compartidos, comentados, etc., facilitando así que la vida de cada artículo se extienda más rápido y más lejos en el tiempo.

A partir de aquí, la difusión podrá medirse también con otros indicadores distintos al número de citas recibidas en determinadas revistas fuente: número de seguidores, de enlaces, de contenido compartido, etc. Ello permite la visibilidad de lo que hasta ahora era invisible para la mayoría, a la vez que favorece la comunicación fluida y la colaboración (Giménez, 2018; Robinson-García, Delgado & Torres-Salinas, 2011). De esta forma, redes como Facebook, Twitter, Mendeley o ResearchGate se convierten en vías de acceso a los contenidos, en ocasiones más que a través de las propias revistas. Aunque parece que estas redes, en las áreas de las Ciencias, las Ingenierías o las Ciencias de la Salud, han alcanzado su cota máxima, en Humanidades, Ciencias Sociales y, en especial, en Educación, todavía se encuentran con una capacidad de crecimiento significativa (Gardner & Inger, 2018).

En educación, las publicaciones científicas están abriendo, poco a poco, sus espacios en estas redes, en una clara estrategia de comunicación científica. Si nos ceñimos a las revistas de educación publicadas en nuestro país, esta incorporación a las redes sociales continúa siendo minoritaria (Sánchez-Santamaría & Aliaga, 2019). En un estudio reciente Arcila-Calderón, Calderín-Cruz y Sánchez-Holgado (2019) concluyen que la tasa de adopción real de las redes sociales no supera el 39 %, lo que indica una aún escasa incorporación de estas vías de difusión en nuestras publicaciones científicas. Estos autores identifican diferencias significativas a nivel individual, siendo la de mayor adopción Twitter, con un 69.60%, seguida de un 57.14% de Facebook, LinkedIn con un 26.80%, y ResearchGate con 21.40%. También es cierto, no obstante, que las métricas que nos ofrecen estas redes (seguidores, descargas, menciones, etc.) todavía ofrecen un significado y valor incierto.

(...) Las opciones que ofrecen sistemas como Twitter, Facebook, ResearchGate, Academia o Mendeley son enormes, pero ‘*evidence on whether and how these may relate to research quality is very limited*’. La disponibilidad de información y de posibles indicadores no es sinónimo, sin embargo, de la madurez de los mismos para ser empleados en procesos de evaluación (Giménez, 2018, p. 10).

Sin embargo, nadie discute que a través de estos sistemas se colabora en la consolidación de la reputación de revistas y de autores, y que recuperan otro tipo de impacto medido en lecturas, descargas, citas derivadas de diversas fuentes, etc., como Google Scholar o ResearchGate. En todo caso, no está probado que haya una relación directa entre la presencia en estas redes sociales y el aumento del número de citas de los artículos. Las redes permiten dar a conocer el contenido más relevante de las investigaciones a los usuarios, e invitan a acceder a los sitios web donde está publicado el trabajo referido, pero la realidad es que solo algunos usuarios accederán al artículo de referencia, y todavía menos serán los que, finalmente, lo citarán. Por el

momento, lo que sí se puede afirmar es que las redes son claves en la estrategia de marketing digital que facilita el acercamiento de las publicaciones científicas a los diferentes sectores de la población a la que nos dirigimos (Arroyo & Guallar, 2019). En consecuencia, uno de los cambios más importantes que va a afectar a editores y a autores se refiere al

(...) control de la producción del conocimiento y su difusión, que ya está pasando de la institución a la persona, y de las fuentes y plataformas oficiales a otras más informales como son las redes sociales digitales, proporcionando mayores oportunidades de hacer el propio trabajo más accesible a una audiencia extensa y diversa (Salinas & Marín Juarros, 2019, p. 99).

Las redes sociales han logrado un papel relevante también en las rutinas de interacción del ámbito académico y científico para compartir resultados y colaboraciones en la investigación, intereses y opiniones. Sin embargo, surge una pregunta clave: ¿compartir los resultados de investigación con millones de usuarios es sinónimo de logro de impacto social?, ¿todo lo que comparten los investigadores es evidencia de impacto social? Esta información compartida, ¿es útil para usuarios no académicos?

El concepto de *impacto* no es nuevo y siempre se ha perseguido en la ciencia. Estamos ante un término con connotaciones diferentes dependiendo del contexto en el que se utilice. No es lo mismo el impacto en Ciencias de la Salud que en Educación, ni la medida de este puede evidenciarse en el mismo intervalo de tiempo. La creciente relevancia que se le está otorgando al impacto, y su estrecha relación con la financiación de la investigación, confirma la complejidad y controversia para definirlo, especialmente en la comunidad científica (Terama, Smallman, Lock, Johnson & Zaltz, 2016). Con el giro actual del concepto de impacto se pretende identificar los cambios y mejoras que una investigación genera en las organizaciones educativas y sociales, en los procesos educativos, en la formación, en la ciudadanía.

Si toda investigación debe aportar elementos sustanciales para la mejora de la sociedad, la investigación debe ser también valorada desde esta perspectiva. No obstante, todavía no hay consenso sobre cómo deben ser los procedimientos y las métricas de esta evaluación. Los primeros ensayos para establecer categorías e indicadores están centrados en estudios de caso (Giménez, 2018), pero no deja de ser un enfoque emergente para evaluar el impacto de las publicaciones académicas. Se avanza de este modo en la transparencia de la ciencia y de sus resultados, a la vez que presenta claras consecuencias a nivel político, económico o social (Giménez, 2018; Pulido, Redondo-Sama, Sordé-Martí & Flecha, 2018). La consideración política de esta perspectiva de evaluación podría cambiar el ranking de influencia de revistas y autores.

Entre todas las opciones posibles, centramos este trabajo en el blog académico, recurso de difusión aun minoritario entre las revistas científicas de educación, que destaca por su potencial capacidad de generar visibilidad, impacto, colaboración horizontal, inmediatez, a la vez que es un instrumento sencillo en su uso y con un lenguaje dinámico y cercano. Genera espacios abiertos capaces de propiciar un conocimiento tanto científico como no científico, lo que le convierte, sin duda, en un excelente canal para la difusión de nuestras investigaciones.

### ***El caso de Aula Magna 2.0. Revistas Científicas de Educación en Red***

Desde estas coordenadas, de acuerdo con el tercer objetivo de este artículo y con el fin de avanzar en la propuesta de indicadores para la evaluación del impacto social en educación, se pretende mostrar la relevancia de una iniciativa colaborativa de un grupo de revistas científicas de educación, organizado como un consorcio denominado Aula Magna 2.0. Revistas Científicas de Educación en Red (en adelante Aula Magna 2.0).

Este tipo de alianzas y colaboración entre revistas científicas son una realidad emergente, en la que destacan algunas iniciativas de interés, todas ellas con diversos objetivos. En

el ámbito de las Ciencias Sociales, la Asociación Uruguaya de Revistas Académicas (AURA), la Red de Revistas de la Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS), el Observatorio de Revistas Científicas de Ciencias Sociales o la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (Redalyc, México). Esta última tiene una clara vocación de difundir la ciencia en acceso abierto.

Las anteriores asociaciones y redes no responden totalmente al objetivo del consorcio Aula Magna 2.0, esto es, la colaboración entre revistas científicas de un mismo ámbito. Además de Aula Magna, en el ámbito de la educación, únicamente se identifica el Consorcio Mexicano de Revistas de Investigación Educativa (CRIE), avalado por cinco revistas científicas de ese país (Márquez, Ordorika, Díaz Barriga, Cantoral & de Vries, 2016).

Aula Magna 2.0 surgió en 2015 como una unión de revistas de educación presentes, al

menos, en dos bases de datos *selectivas* de entre tres posibles: *Social Science Citation Index* de la *Web of Science* (Claryvate Analytics), SCOPUS, de Elsevier, y el Sello de Calidad de Revistas Científicas otorgado por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT). Comenzaron esta iniciativa 7 revistas y, en la actualidad, la conforman 15 publicaciones de relevancia en el entorno de la investigación educativa en España. Este consorcio declara ser un espacio de encuentro y colaboración entre editores de revistas científicas de educación, en el que proponer acciones conjuntas de interés común y ser referente para la comunicación con los organismos responsables de establecer las políticas de evaluación de la producción científica. Desde su comienzo, mantiene activas dos redes sociales interrelacionadas como canales de comunicación: el blog académico (Tabla 1), con el mismo título, alojado en la plataforma *Hypotheses*, y la cuenta de Twitter @AulaMagna2\_0.

Tabla 1. Ficha del blog Aula Magna 2.0

<b>Inicio de la actividad del blog</b>	Octubre 2015
<b>Periodicidad</b>	Regular, a través de dos tipos de <i>post</i> publicados de forma ininterrumpida: Entradas (los viernes) y Noticias (los martes)
<b>Interacción con usuarios</b>	Baja, son escasos los comentarios. Se alcanza mayor interacción al enlazarse con Twitter (@AulaMagna2_0; 1142 seguidores en abril de 2020).
<b>Visitas y tráfico</b>	Tendencia claramente ascendente (Figura 3)
<b>Contenido</b>	Resultados de investigaciones derivadas de artículos publicados en las revistas del consorcio; información relacionada con la edición o eventos de participación de las revistas o sus editores; contenido formativo para los investigadores educativo relacionado con la publicación académica
<b>Ubicación</b>	Se ubica en <i>Hypotheses</i> , plataforma multilingüe y de acceso abierto, integrada en <i>OpenEdition</i> que reúne blogs de todos los campos de las Ciencias Sociales y las Humanidades.
<b>ISSN</b>	2386-6705
<b>URL</b>	<a href="http://cuedespyd.hypotheses.org/">http://cuedespyd.hypotheses.org/</a>

Desde esta perspectiva, el blog Aula Magna 2.0 se convierte en canal de comunicación y de colaboración en red para las revistas científicas de Educación y para situar en el centro del debate los temas que determinan la calidad, la excelencia y el prestigio editorial de las revistas científicas de este campo. Se buscan nuevas fórmulas e ideas dirigidas a la mejora,

el desarrollo y la innovación de los diversos proyectos editoriales de las revistas en el contexto de la Ciencia 2.0 (Jamali & Alimohammadi, 2015; Shema, Bar-Ilan & Thelwall, 2012).

Además, debemos mencionar que los investigadores utilizan cada vez más los blogs para descubrir y leer contenido científico,

desempeñando así un papel importante en la atracción hacia el artículo publicado (Salinas & Marín Juarros, 2019). En efecto, como indicaron Mewburn & Thomson (2013), es creciente la tendencia que impulsa cada vez más a los académicos a crear un blog con el fin de llegar a un público más amplio, crear redes y ejercitar una escritura más sencilla de leer. De este modo, el blog aporta a la investigación un modo de difusión científica complementario al artículo de investigación (Hargreaves & Sugrue, 2016; Zou & Hyland, 2019), caracterizado como una vía de comunicación con una gran fuerza personal (Pieris, 2019).

Sin embargo, considerando el binomio revista-blog, en Ciencias Sociales aún son escasos los blogs impulsados desde las propias revistas científicas, a excepción de la Revista Comunicar, Revista Iberoamericana de Educación a Distancia o Revista de Educación a Distancia, junto con el que presentamos en este trabajo, Aula Magna 2.0. En efecto, Guallar (2009) destacó hace ya algunos años la escasa relación entre revistas académicas y blogs, a excepción de contados ejemplos, como el de la revista *Nature*, que reúne blogs sobre muy variadas temáticas, y el blog “Zona de Notas” de la revista *El Profesional de la Información*, identificado por este autor como el primer weblog de una revista científica en España, lo que demuestra la aún escasa utilización de este medio entre las publicaciones científicas (Torres-Salinas & Cabezas-Clavijo, 2008).

Por otro lado, la cuenta de Twitter se inició con el objetivo de difundir los contenidos publicados en el blog y todo aquello relacionado con este consorcio, a la vez que conseguir una interacción más dinámica con los seguidores. Twitter complementa y completa el contenido del blog, al ser una red mucho más ágil e inmediata en cuanto a su publicación, aunque a la vez más volátil. Permite menos flexibilidad en cuanto a formatos y contenidos, pero el tipo de lenguaje que utiliza -280 caracteres- y su estructura han logrado situarla como una de las redes sociales de *microblogging* con mayor incidencia en el ámbito académico (Ke, Ahn & Sugimoto,

2017). Los resultados de investigaciones recientes señalan la relevancia del papel que Twitter está desempeñando en la búsqueda y difusión de información académica (Mohammadi, Thelwall, Kwasny & Holmes, 2018). Investigadores y profesorado utilizan Twitter de forma mixta, tanto de manera profesional como personal, focalizando estos usos en la toma de notas de manera colaborativa, intercambio de recursos, creación de redes profesionales y solicitud de colaboración (Kimmons & Veletsianos, 2016). Blog y Twitter, como recursos que se emplean en el consorcio Aula Magna 2.0, conforman un binomio clave para dar a conocer un trabajo y sus autores, antes y después de ser publicado en una revista científica. Además, su uso coordinado resulta un medio privilegiado para captar la atención y colaborar en la construcción de la reputación de una revista. Cada uno de estos medios cumple un objetivo diferenciado: el blog, como editor de contenidos, permite completar, comentar y presentar el artículo editado en la revista, así como publicar entradas y noticias. En cambio, Twitter presenta más directamente una función de promoción y de difusión (Collins, Shiffman, & Rock, 2016; Marauri-Castillo, Cantalapiedra-González & Álvarez-Fernández, 2018).

Si relacionamos ambos, blog y Twitter, con revistas científicas, encontramos escasas experiencias. Esta relación es más frecuente en el ámbito del periodismo y el marketing, en la que se pretende la creación de una marca personal y un proceso de co-creación de contenido, que contribuye a una conexión emocional con los consumidores a los que se trata y se sienten tratados como una comunidad activa de participantes, lo que multiplica su visibilidad, su aceptación y su seguimiento como referente (Marauri-Castillo et al., 2018). Esta interacción aún no se ha logrado entre las revistas científicas de educación y sus autores y usuarios.

Además, no olvidemos que un tema que preocupa a los editores es el número de citas a la revista, del que se deriva su factor de impacto (FI) y su prestigio y poder de atracción. No resulta sencillo identificar todas

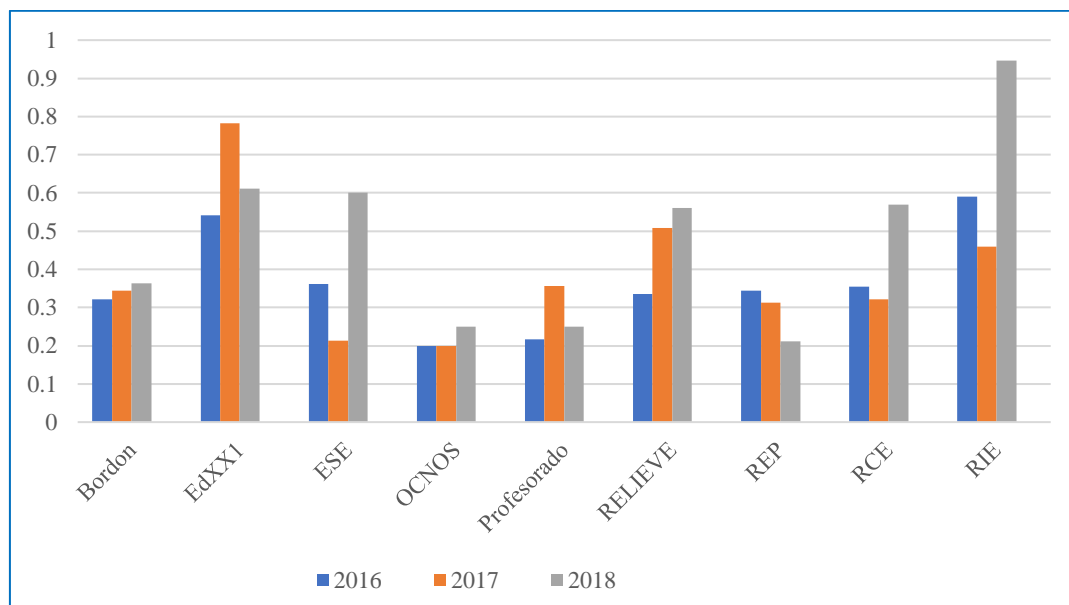


las variables que intervienen en el logro de esas citas (la calidad del artículo, la propia reputación de la revista y del autor, la pertinencia y moda del tema del estudio, su difusión, etc.). En este complejo análisis, ¿podemos afirmar que pertenecer a este consorcio, con la difusión que conlleva de la propia revista a través del blog y Twitter, favorece la obtención de citas? Como ya se ha indicado, de acuerdo con la literatura de investigación, probablemente no.

Sin embargo, aunque no podemos establecer una relación causa-efecto, es interesante revisar el factor de impacto

calculado por SCIMAGO de las revistas del consorcio indexadas en SCOPUS (Figura 1). Escogemos esta base de datos selectiva al estar indexadas en ella todas las revistas de Aula Magna 2.0, y extraemos los datos de los 3 últimos años disponibles de las 9 revistas incorporadas en este consorcio entre 2015 y 2016. Los datos muestran, salvo en una revista, una clara trayectoria ascendente del SJR. En ocasiones, hay picos derivados de números monográficos con temáticas con una mejor acogida, pero no desvirtúan la tendencia general ascendente.

Figura 1. Factor SJR (2016-2018) de las revistas del consorcio



## Método

Para dar respuesta al tercer objetivo del artículo, se llevó a cabo un estudio descriptivo centrado en el análisis del blog Aula Magna 2.0. El intervalo temporal objeto de estudio comprende desde la fecha de su creación, el 23 de octubre de 2015, hasta el 20 de diciembre de 2019, coincidiendo con la última entrada publicada ese año. Los datos del blog se extrajeron durante la última semana de marzo de 2020. Se establecieron diversos indicadores, que se definen en la Tabla 2, con la pretensión de clarificar el marco analítico del estudio.

Los indicadores 1, 2, 3, 4 y 6 se analizaron a partir de un estudio descriptivo de los datos extraídos de la plataforma *Hypotheses*. Para el análisis de las temáticas que se abordan en las entradas publicadas en el blog (indicador 5), se llevó a cabo un proceso de categorización deductivo-inductivo, integrando las categorías esperadas a partir de los propios objetivos del blog con la codificación abierta de las 170 entradas publicadas. Con la pretensión de establecer un proceso confiable (Gibbs, 2012), el análisis se llevó a cabo por dos pares (cuatro investigadores), quienes discutieron y consensuaron las cuatro categorías temáticas que emergieron de este proceso:

- (a) “De la revista a la difusión”, que incluye entradas cuyo contenido se centra en la difusión de artículos publicados en las revistas del consorcio.
- (b) “Revistas 2.0”, que agrupa aquellas entradas que abordan aspectos relevantes de las revistas científicas en el actual contexto (métricas, bases de datos, acceso abierto, difusión y redes sociales, edición científica, gestión y calidad editorial, etc.).
- (c) “Políticas de evaluación de la investigación”, cuyas entradas abordan planteamientos y propuestas acerca de la evaluación de la investigación y sus implicaciones en el desarrollo profesional (ANECA, CNEAI, sexenios, etc.).
- (d) “Formación de investigadores”, que integra entradas cuyo contenido se centra en aspectos relevantes para la formación de los investigadores de educación (elaboración de un artículo, metodología, ética del investigador, revisión por pares, etc.).

Tabla 2. Indicadores y definiciones para el análisis del blog Aula Magna 2.0

	<b>Indicadores</b>	<b>Definición</b>
1	<b>Publicaciones (entradas)</b>	Número de publicaciones (entradas) del blog en el periodo objeto de análisis
2	<b>Distribución por años de las publicaciones</b>	Año de publicación de las entradas
3	<b>Autoría de las entradas</b>	Autores que participan en las entradas en el periodo objeto de análisis (número de autores, sexo y filiación institucional)
4	<b>Visitas, visitantes y tráfico</b>	Número de visitas, visitantes distintos y su distribución en el tiempo
5	<b>Temáticas</b>	Contenidos que se abordan en las entradas
6	<b>Visibilidad de contenidos</b>	Categorías temáticas y entradas más visitadas

A continuación, se presentan los resultados atendiendo al análisis de los indicadores del blog anteriormente citados.

## Resultados

El número de entradas publicadas en el periodo objeto de estudio es de 170, cuya distribución en años se presenta en la Tabla 3. Como se observa, a excepción del 2015, donde el intervalo temporal de publicaciones fue menor (octubre-diciembre), el blog ha mantenido una periodicidad de publicación estable, ligeramente en aumento, lo que le confiere ya de una reputación consolidada.

Tabla 3. Número de entradas publicadas

<b>Año</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>% válido</b>	<b>% acumulado</b>
<b>2015</b>	10	5.88	5.88
<b>2016</b>	31	18.24	24.12
<b>2017</b>	41	24.12	48.24
<b>2018</b>	43	25.29	73.53
<b>2019</b>	45	26.47	100.00
<b>Total</b>	<b>170</b>	<b>100.00</b>	

Las 170 entradas se firman por un total de 239 autores. La mayoría (71%) son entradas de autoría única (Tabla 4) y la colaboración, allí donde sucede, es más frecuente con dos autores. Los cinco autores con mayor participación en el blog publicaron 67 entradas en este periodo, es decir, un 39.18% de las totales. Estos autores más prolíficos, como resulta lógico, son editores de alguna de las revistas consorciadas en Aula Magna 2.0 que participaron con mayor frecuencia en los meses de puesta en marcha de este canal.

Tabla 4. Número de autores firmantes de las entradas

<b>Número de autores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>% válido</b>	<b>% acumulado</b>
<b>1</b>	121	71.18	71.18
<b>2</b>	35	20.59	91.77
<b>3</b>	10	5.88	97.65
<b>4</b>	3	1.76	99.41
<b>6</b>	1	.59	100.00
<b>Total</b>	<b>170</b>	<b>100.00</b>	

Considerando la variable sexo (Tabla 5), se pone de manifiesto una mayor presencia de hombres en las entradas con autoría única (63.64%). En cambio, en las entradas firmadas en multiautoría las mujeres participan en el 71.43% de ellas. Por otro lado, solo participan mujeres en el 31.18% del conjunto de entradas.

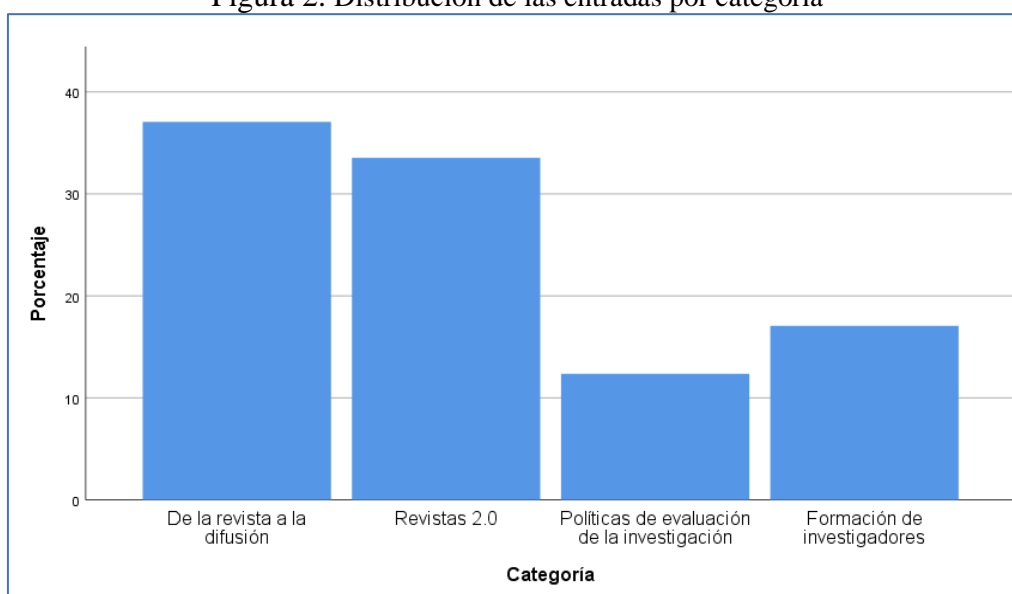
Tabla 5. Distribución por sexo de los autores de las entradas

Sexo	Frecuencia	% válido
Solo mujeres	53	31.18
Solo hombres	91	53.53
Mixto	26	15.29
Total	170	100.00

Estos datos confirman estudios previos en las distintas áreas de las Ciencias Sociales, donde existe un mayor predominio de autores varones (Maz-Machado et al., 2011).

En cuanto a la distribución de las entradas por categorías (Figura 2), el mayor número de estas (71 %) se centran en “De la revista a la difusión” y en “Revistas 2.0”, dato lógico, al responder a dos de los objetivos de este medio: la difusión de los artículos publicados en las revistas del consorcio y el debate sobre aspectos relevantes que afectan a las revistas científicas en el actual contexto.

Figura 2. Distribución de las entradas por categoría

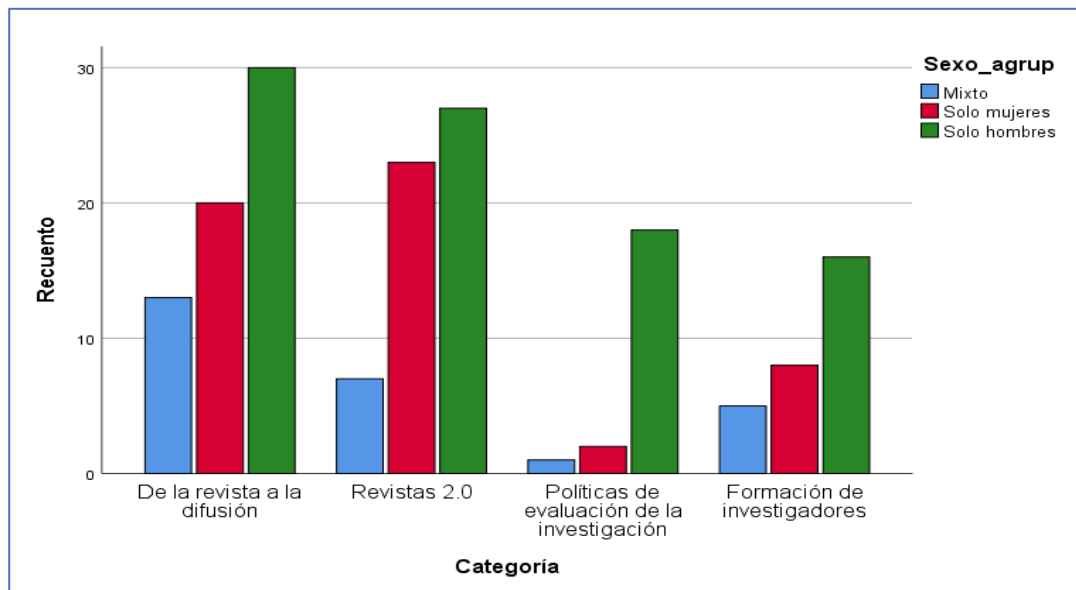


Para analizar las variables “sexo” de los autores y “categoría temática” de las entradas se utilizó la prueba no paramétrica H de Kruskal Wallis, por no cumplir el supuesto de normalidad en las variables. Los resultados mostraron que las categorías difieren en función del sexo de los autores ( $H=9.559$ ;  $gl=3$ ;  $p = .023$ ). Las mujeres (Figura 3) tienen mayor presencia en la categoría “Revistas 2.0” mientras que la autoría de hombres se centra en “De la revista a la difusión”. Estos resultados pueden confirmar investigaciones previas que señalan “la posibilidad de que exista y se esté manteniendo en algunos casos en la investigación una cierta división sexual

del trabajo científico” (Gómez-Ferri & González-Alcaide, 2018, p. 12). Esto puede tener cierta relación con un mayor número también de autores varones en las revistas, que son los que encontramos en esta categoría.

De otra parte, la categoría “Políticas de evaluación de la investigación” está ocupada por varones; este hecho puede responder igualmente a los datos que afirman que, pese a que las universidades tienen un mayor número de profesoras, son los varones los que consolidan posiciones de mayor rango, probablemente más propicias para escribir en esta categoría.

Figura 3. Distribución de las entradas por categoría y sexo de los autores



La filiación de los autores es heterogénea, representando a 41 instituciones diferentes. Las instituciones son en su mayoría universidades (95%), españolas (97.8%) y de titularidad pública (Tabla 6). Este resultado es coherente con la naturaleza del consorcio Aula Magna 2.0.

Tabla 6. Titularidad de la institución de los autores de la entrada

Titularidad	Frecuencia	% válido
Mixta (pública-privada)	2	1.18
Privada	17	10.00
Pública	151	88.82
<i>Total</i>	<i>170</i>	<i>100.00</i>

Por otro lado, la mayoría de estas entradas se firman por autores de la misma institución (Tabla 7), mientras que la colaboración entre autores que trabajan en distintas instituciones es del 18%.

El número de visitas recibidas por el blog en el periodo objeto de estudio es de 647246, con un promedio de 12447 visitas mensuales. El número de visitantes distintos considerando la distribución por meses ha aumentado en el tiempo (Figura 4), con el propio desarrollo del blog, constatándose dos momentos en su evolución: un primer periodo de iniciación, que abarca desde su creación en

octubre de 2015 hasta diciembre de 2017, y un segundo periodo de consolidación que se inicia en 2018 hasta la actualidad, dato que evidencia la tendencia positiva en cuanto al uso de los blogs académicos como canal de comunicación (Salinas & Marín Juarros, 2019).

Tabla 7. Colaboración entre instituciones en las entradas publicadas

Colaboración institucional	Frecuencia	% válido
Autores de una única institución	139	81.77
Interacción entre 2 instituciones	26	15.23
Interacción entre 3 instituciones	3	1.77
Interacción entre 4 instituciones	1	.59
Interacción entre 5 instituciones	1	.59
<i>Total</i>	<i>170</i>	<i>100.00</i>

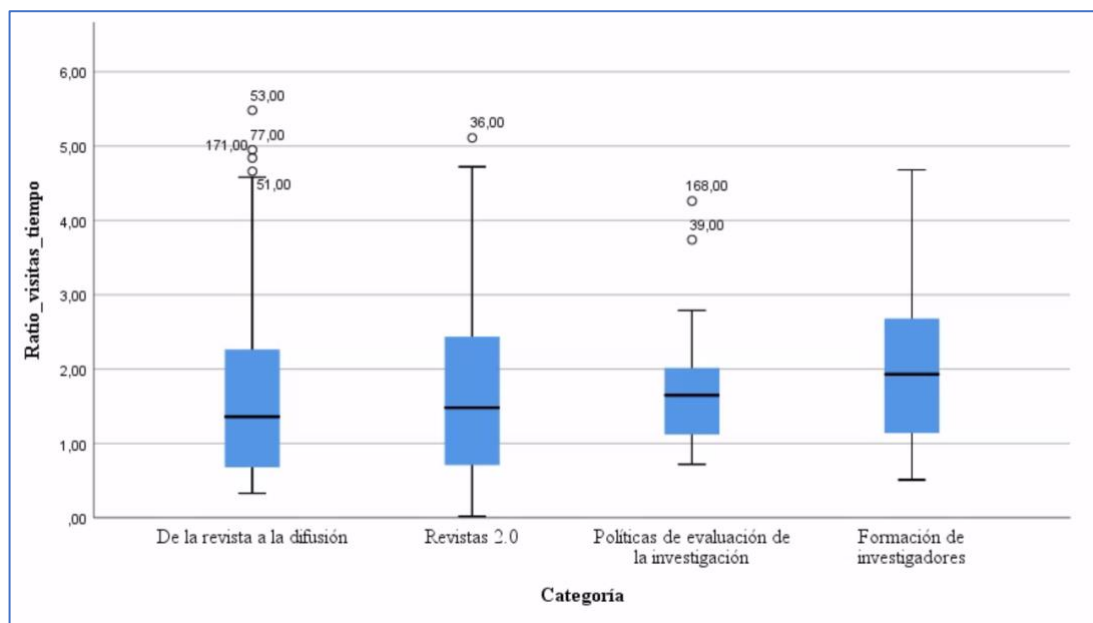
Los meses con mayor número de visitantes mensuales distintos fueron en marzo y mayo de 2019, con más de 18000. Por otro lado, los meses de julio, agosto y diciembre, en términos generales, son meses con descensos de tráfico en el blog. Este descenso se explica al coincidir, parcialmente, con periodos no lectivos, junto con los vacacionales.



(n=10), formación (n=8), evaluación (n=7), universidad (n=7), calidad (n=7), aprendizaje (n=7), académica/académicos (7), reflexiones (n=6), publicación/es (6), comunicación (n=5), jóvenes (n=5), propuesta (n=5), edición (5), artículo (5), acceso (5), CNEAI (5), investigadores (4), impacto (4), digital (4), sexenios (3), difusión (3), autores (3), internacionalización (3).  
Para el análisis de las visitas al blog por categorías se optó por la construcción de un

indicador que reflejase las visitas sin tener en cuenta el tiempo de existencia de la publicación. Para ello, se calculó una ratio con el número de visitas dividido entre el número de días de existencia en el blog, que se analizó como variable única y de acuerdo con la categoría en que se encuentra la entrada. El análisis se fundamenta en el uso de la mediana como medida de centralización para evitar la influencia de los datos atípicos en los resultados (Figura 6).

Figura 6. Diagrama de caja de la ratio de visitas por categorías temáticas del blog



Para la construcción de esta Figura 6 y facilitar la interpretación de la escala, se han eliminado las entradas (n=13) que indican una ratio (>5.9) que se comporta como un dato atípico (valores alejados más de 1.5 veces el rango intercuartílico).

Los resultados muestran que las entradas que más interés generan hacen referencia a la categoría “Formación de investigadores”, seguida de “Políticas de evaluación de la

investigación” (Tabla 8). En cambio, desde esta perspectiva descriptiva se aprecia que la categoría con menor interés para la audiencia del blog es la referida a “De la revista a la difusión”, pese a tener mayor número de entradas que dos primeras. En otras palabras, las dos categorías que más interesan representan el 29.41 % de las publicaciones del blog (Tabla 8).

Tabla 8. Distribución por categorías en función de la mediana de las visitas y número de entradas publicadas en cada categoría

Colaboración institucional	Frecuencia	% válido	Mediana
De la revista a la difusión	63	37.06	1.40
Revistas 2.0	57	33.53	1.53
Formación de investigadores	29	17.06	2.06
Políticas de evaluación de la investigación	21	12.35	1.68
Total	170	100.00	

Finalmente, las entradas que han resultado de mayor interés y que se comportan como datos atípicos en la parte alta de la distribución de la ratio, identifican temas

heterogéneos, donde la categoría más representada es “*Revistas 2.0*” (Tabla 9).

Tabla 9. Entradas atípicas que más interés han generado considerando la ratio de visitas

Título de la entrada	Categoría
Autorregulación y procesos de aprendizaje	De la revista a la difusión
La prioridad del método en la investigación pedagógica	Formación de investigadores
Evolución de la edición científica en España: dos décadas comunicando investigación	Revistas 2.0
La APA estrena nuevo Manual de edición científica	Revistas 2.0
Sobre la población y muestra en investigaciones empíricas	Formación de investigadores
Medición de actitudes en estudios sobre Educación Superior	De la revista a la difusión
Revistas españolas de Educación, clasificadas como excelentes por FECYT y ordenadas según el ICDS de MIAR	Revistas 2.0

### **A modo de conclusión: pertinencia, oportunidad y beneficios de esta experiencia**

Resulta indiscutible que la web 2.0 ha cambiado radicalmente el escenario de la comunicación científica, más aún con las inmensas posibilidades que la red está facilitando en la inclusión de infografías, vídeo-abstract, podcast y otros formatos de difusión del contenido en el que texto, audio y vídeo se complementan (Mengual, 2018). Esta realidad avala la pertinencia y oportunidad de este estudio.

Cada vez se da más importancia a la necesidad de difundir los resultados de las investigaciones y el artículo es uno de los medios por excelencia en esta tarea. Ahora bien, el artículo no es el único recurso para la comunicación de resultados, ni existe unanimidad en torno a que la producción científica se evalúe solo a partir del factor de impacto de la revista en la que se publica. Un primer giro en España en este sentido ha sido la convocatoria del sexenio de transferencia en 2018.

En esta dirección es necesario dar valor a los nuevos canales de comunicación de la

ciencia (web, blog, Twitter, Facebook, etc.), lo que implica la elaboración de nuevos criterios e indicadores fiables para poder evaluar esta nueva forma de impacto. No se trata de escoger entre unos u otros canales de difusión, sino de analizar las audiencias a las que cada uno puede llegar y el peso que los diversos indicadores deben tener para evaluar un impacto con un sentido más global e integrador. Ya sea como académicos, investigadores o editores, a todos nos interesa incrementar la visibilidad a la investigación y la capacidad de transferir nuestra producción científica a la mayor audiencia posible, aunque esto conlleve adecuar el lenguaje, formato y estilo para cada canal de comunicación y para cada audiencia.

En este escenario tiene sentido que las revistas científicas colaboren entre ellas para garantizar mejores resultados en sus esfuerzos por lograr una mayor visibilidad, por un lado, y para probar los efectos de los nuevos formatos en la difusión de la ciencia, por otro. Las alianzas y consorcios de revistas científicas ayudan a desarrollar con mayor calidad su actividad en comparación a si esta se lleva a cabo de manera aislada. Es necesario y conveniente acometer juntos desafíos compartidos en el contexto de

edición científica 2.0, donde se aprecian nuevas tendencias y oportunidades. En este caso, el análisis del blog Aula Magna 2.0, en sus más de 50 meses de actividad, ha permitido constatar su evolución, sostenibilidad y consolidación. A partir de los resultados puede inferirse que la creación de un espacio de colaboración (en forma consorcio de revistas científicas de educación) que busca afrontar desafíos comunes, compartir esfuerzos y conocimientos y promover estrategias dirigidas al fortalecimiento de las revistas participantes es un medio valioso y atractivo de difusión del conocimiento.

El estudio descriptivo ha mostrado, a través del creciente tráfico de visitas, que el blog es un formato de comunicación que interesa, que acerca los resultados de la investigación a un público más amplio, lo que presume un aumento de la visibilidad de la revista. Los contenidos del blog facilitan la información y formación a investigadores en las continuas novedades de la ciencia 2.0. Para los editores, supone una ayuda en cuanto que aborda aspectos relevantes de las revistas científicas, como son las métricas de impacto, el acceso abierto, la edición científica o la gestión y la calidad editorial, entre otros. De igual forma, el blog ha sido un canal para presentar reflexiones, argumentos y propuestas en torno a la evaluación de la investigación y sus implicaciones en el desarrollo profesional y de carrera. Precisamente, estos últimos contenidos, que hemos incluido en las categorías “*Formación de investigadores*” y “*Políticas de evaluación de la investigación*” son los que más han interesado a las audiencias del blog, lo que nos lleva a plantearnos el dar prioridad a la inclusión de entradas con estas temáticas. En efecto, el hecho de identificar qué se publica en el blog (categorías más representadas) y descubrir dónde está el interés temático de los lectores, nos aporta datos significativos para la toma de decisiones como editores.

En cuanto a los autores participantes, comprobamos que responden a los parámetros de las revistas científicas, en las que

predominan los autores frente a las autoras, a la vez que todavía se percibe una baja colaboración interuniversitaria y una limitación a la autoría de nuestro país. Aunque, por los motores de búsqueda, se constata un número significativo de visitantes procedentes de América Latina, urge una mayor colaboración con los investigadores de esa región, a la vez que avanzar en una mayor presencia de investigadoras y autoras en nuestro campo de conocimiento. Este hallazgo ofrece una perspectiva novedosa del blog que también puede incidir en el cambio de la actual política editorial.

Por otra parte, son varias las prospectivas que se abren tras este estudio. Por un lado, parece interesante explorar las audiencias del blog a fin de descubrir sus perfiles y constatar si realmente sus contenidos llegan más allá de la academia, de la universidad. A su vez, sería necesario emprender una línea de investigación para confirmar si la actividad del blog y Twitter aumenta o no el número de accesos, de suscriptores, de originales recibidos, de descargas de artículos, etc. en cada una de las revistas, ya que esta experiencia del consorcio es muy específica y no hay investigación sobre el uso de estos dos medios simultáneamente y su incidencia en el número de citas. De la experiencia de estos años solo podemos inferir que la colaboración entre los editores promueve un uso de estos canales de difusión y el establecimiento de mejores prácticas de comunicación.

En conclusión, se puede afirmar que el blog científico es una herramienta pertinente para hacer operativa la colaboración entre revistas. Los datos presentados permiten concluir la existencia de un impacto creciente en cuanto a número de visitas al blog y, en consecuencia, el aumento de la visibilidad de las revistas allí presentes. Hemos argumentado que el blog supone un avance en cómo difundir y afianzar la investigación a partir de una comunicación compartida, a la vez que se responde a las posibilidades que el entorno 2.0 brinda al mundo editorial en general, y al académico y científico, en particular. Siendo esto así, este estudio puede



llevar a plantearse, como Guallar (2009, p. 85) “¿Para cuándo más blogs en publicaciones científicas en España?”. En definitiva, nos encontramos ante el desafío de saber transitar del “*publish or perish*” a “*get visible or vanish*” (Barton & Merolli, 2019) o más aún, a “*share or perish*” (McNamara & Usher, 2019), insistiendo de este modo en la importancia de los social media para compartir y comunicar los resultados de investigación.

## Referencias

- Abadal, E. (ed.) (2017). *Revistas científicas: situación actual y retos de futuro*. Ediciones Universitat de Barcelona.
- Arcila-Calderón, C., Calderín-Cruz, M., & Sánchez-Holgado, P. (2019). Adopción de redes sociales por revistas científicas de ciencias sociales. *El profesional de la información*, 28(1), <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.05>
- Arroyo, N., & Guallar, J. (2019). Estrategia en medios sociales para revistas académicas. *IX Conferencia sobre revistas en Ciencias Sociales y Humanidades*. <http://www.creccs.info/creccs2019-logro%C3%B1o/>
- Barton, C. J., & Merolli, M. A. (2019). It is time to replace publish or perish with get visible or vanish: opportunities where digital and social media can reshape knowledge translation. *British Journal of Sports Medicine*, 53(10), 594-598. <https://doi.org/10.1136/bjsports-2017-098367>
- Chaparro, L. (2018). *Libro verde de la Ciencia*. Madrid: FECYT: <https://www.fecyt.es/es/publicacion/libro-verde-de-las-ferias-de-ciencia>
- Collins, K, Shiffman, D., & Rock, J. (2016) How Are Scientists Using Social Media in the Workplace? *PLoS one*, 11(10), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0162680>
- Dinu, N. R., & Baiget, T. (2019). Presente y futuro de las revistas científicas. *Scire*, 25(1), 37-46.
- Escobar-Ortiz, J.M., & Rincón-Álvarez, A. (2019). La divulgación científica y sus modelos comunicativos: algunas reflexiones teóricas para la enseñanza de las ciencias. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 10(1), 135-154. <https://doi.org/10.21501/22161201.3062>
- European Commission (2018). *Monitoring the Impact of the EU Framework Programmes*. Luxembourg: Publication Office of the European Union. <https://doi.org/10.2777/518781>
- Flecha, R. (2018). Evaluación del impacto social de la investigación. *Revista de Fomento Social*, 73(3-4), 485-502. <https://doi.org/10.32418/rfs.2019.291-292.1514>
- Fuentes, J. L., Luque, D., & López-Gómez, E. (2012). Análisis bibliométrico de las revistas españolas de educación incluidas en el Journal Citation Report. Producción científica y elementos controvertidos. *Teoría de la Educación. Revista Interuniversitaria*, 24(1), 183-217. <https://doi.org/10.14201/10337>
- Gardner, T., & Inger, S. (2018). *How Readers Discover Content in Scholarly Publications: Trends on reader behaviour 2015-2018*. Renew Publishing Consultants. <https://renewconsultants.com/wp-content/uploads/2018/08/How-Readers-Discover-Content-2018-Published-180903.pdf>
- Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en investigación cualitativa*. Morata.
- Giménez, E. (2018). La evaluación de las Humanidades y de las Ciencias Sociales en revisión. *Revista Española de Documentación Científica*, 41(3) <https://doi.org/10.3989/redc.2018.3.1552>
- Gómez-Ferri, J., & González-Alcaide, G. (2018). Patrones y estrategias en la colaboración científica: la percepción de los investigadores. *Revista Española de Documentación Científica*, 41(1) <https://doi.org/10.3989/redc.2018.1.1458>
- Green, T. (2019). Publication is not enough, to generate impact you need a campaign. *LSE Blog* [Blog]. <https://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2019/09/27/publication-is-not-enough-to-generate-impact-you-need-to-campaign/>
- Guallar, J. (2009). Blogs en publicaciones periódicas y científicas en España: dos situaciones divergentes. El caso del "blog" de "EPI". *Anuario ThinkEPI*, 1, 75-87.
- Hargreaves, A., & Sugrue, C. (2016). By book and by blog: the future of academic scholarship. En C. Sugrue & S. Merkan

- (eds.). *Publishing and the Academic World: Passion, Purpose and Possible Futures*. (pp. 13-25). Routledge.
- Jamali, H. R., & Alimohammadi, D. (2015). Blog Citations as Indicators of the Societal Impact of Research. *International Journal of Knowledge Content Development and Technology*, 5(1), 15-32. <https://doi.org/10.5865/IJKCT.2015.5.1.015>
- Ke, Q., Ahn, Y.Y., & Sugimoto, C.R. (2017). A systematic identification and analysis of scientists on Twitter. *PLoS one*, 12(4), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0175368>
- Kimmons, R., & Veletsianos, G. (2016). Education scholars' evolving uses of twitter as a conference backchannel and social commentary platform. *British Journal of Educational Technology*, 47(3), 445-464. <https://doi.org/10.1111/bjet.12428>
- Marauri-Castillo, I., Cantalapiedra-González, M.-J., & Álvarez-Fernández, C. (2018). Blog y Twitter, la combinación perfecta del comunicador digital: los casos de Escolar.net, El comidista y Mi mesa cojea. *El profesional de la información*, 27(2), 349-358. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.mar.13>
- Márquez, A., Ordorika, I., Díaz Barriga, Á., Cantoral, R., & de Vries, W. (2016). Editorial. Consorcio Mexicano de Revistas de Investigación Educativa. *Revista de la Educación Superior*, 177, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.resu.2016.04.002>
- Maz-Machado, A., Gutiérrez-Arenas, M. P., Bracho-López, R., Jiménez-Fanjul, N., Adamuz-Povedano, N., & Torralbo, M. (2011). Producción científica en Ciencias Sociales de las mujeres en Andalucía (2003-2007). *Aula Abierta*, 39(3), 63-72.
- McNamara, P., & Usher, K. (2019). Share or perish: social media and the international journal of mental health nursing. *International journal of mental health nursing*, 28(4), 960-970. <https://doi.org/10.1111/inm.12600>
- Mengual, S. (2018). Videoabstract e infografía como nuevas oportunidades de la comunicación científica en Ciencias de la Educación. *Aula Magna 2.0*. [Blog]. <https://cuedespyd.hypotheses.org/4601>
- Mewburn, I., & Thomson, P. (2013). Why do academics blog? An analysis of audiences, purposes and challenges. *Studies in Higher Education*, 38(8), 1105-1119. <https://doi.org/10.1080/03075079.2013.835624>
- Mohammadi, E., Thelwall, M., Kwasny, M., & Holmes, K. L. (2018). Academic information on Twitter: A user survey. *PloS one*, 13(5). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0197265>
- Niles, M. T., Schimanski, L. A., McKiernan, E. C., & Alperin, J. P. (2020). Why we publish where we do: Faculty publishing values and their relationship to review, promotion and tenure expectations. *PloS one*, 15(3), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0228914>
- Pfleegor, A. G., Katz, M., & Bowers, M. T. (2019). Publish, perish, or salami slice? Authorship ethics in an emerging field. *Journal of Business Ethics*, 156(1), 189-208. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3578-3>
- Phillips, A. (2010). "Blog to the future?" Journals publishing in the twenty-first century. *Journal of Scholarly Publishing*, 42(1), 16-30. <https://doi.org/10.3138/jsp.42.1.16>
- Pieris, D. I. (2019). Why I Write for Academic Blogs. *University of Ottawa Journal of Medicine*, 9(1), 17-19. <https://doi.org/10.18192/uojm.v9i1.3984>
- Pulido, C. M., Redondo-Sama, G., Sordé-Martí, T., & Flecha, R. (2018). Social impact in social media: A new method to evaluate the social impact of research. *PLoS one*, 13(8), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0203117>
- Real Decreto 1086/1989, sobre retribuciones del profesorado universitario. *Boletín Oficial del Estado*, 216, 28653-28656.
- Robinson, N., Delgado López-Cózar, E., & Torres Salinas, D. (2011). Cómo comunicar y diseminar información científica en Internet para obtener mayor visibilidad e impacto. *Aula abierta*, 39(3), 41-50.
- Ruiz-Corbella, M. (2018). De la edición impresa a la digital: la radical transformación de las Revistas científicas en ciencias sociales. *Revista Española de Pedagogía*, 76(271), 499-517. <https://doi.org/10.22550/REP-3-2018-06>
- Ruiz-Corbella, M., Galán, A., & Diestro, A. (2014). Las revistas científicas de Educación en España: evolución y perspectivas de futuro. *Revista electrónica de investigación y evaluación educativa*, RELIEVE, 20(2), 1-27. <https://doi.org/10.7203/relieve.20.2.4361>
- Ruiz-Corbella, M., & García-Gutiérrez, J. (2019). Aprendizaje-Servicio en escenarios digitales de

- aprendizaje: propuesta innovadora en la educación superior. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 23(1), 183-198. <https://doi.org/10.5944/ried.23.1.24391>
- Salinas, J., & Marín Juarros, V.I. (2019). Metasíntesis cualitativa sobre colaboración científica e identidad digital académica en redes sociales. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia. RIED*, 22(2), 97-117. <https://doi.org/10.5944/ried.22.2.23238>
- Sánchez-Santamaría, J., & Aliaga, F. (2019). Revistas Científicas de Educación en Redes Sociales y Científicas: presencia, frecuencia, tipo de información y usos. *Aula Magna 2.0*. [Blog]. <http://cuedespyd.hypotheses.org/6439>
- Santos Rego, M. A. (2020). *La transferencia de conocimiento en educación. Un desafío estratégico*. Narcea.
- Shema, H., Bar-Ilan, J., & Thelwall, M. (2012). Research Blogs and the Discussion of Scholarly Information. *PLoS one*, 7(5), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0035869>
- Terama, E., Smallman, M., Lock, S.J., Johnson, C., & Zaltz, M. (2016). Beyond Academia – Interrogating research impact in the research excellence framework. *PLoS one*, 12(2), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0171817>
- Torres-Salinas, D., & Cabezas-Clavijo, A. (2008). Los blogs como nuevo medio de comunicación científica. *III Encuentro Ibérico de Docentes e Investigadores en Información y Documentación* [comunicación]. [http://ec3.ugr.es/publicaciones/Torres-Salinas\\_Daniel\\_y\\_Cabezas-Clavijo\\_Alvaro\\_Los\\_blogs\\_como\\_nuevo\\_medio\\_de\\_comunicacion\\_cientifica.pdf](http://ec3.ugr.es/publicaciones/Torres-Salinas_Daniel_y_Cabezas-Clavijo_Alvaro_Los_blogs_como_nuevo_medio_de_comunicacion_cientifica.pdf)
- Weller, M. (2018). The digital scholar revisited. *The Digital Scholar: Philosopher's Lab*, 1(2), 52-71. <https://doi.org/10.5840/dspl20181218>
- Zou, H., & Hyland, K. (2019). Reworking research: Interactions in academic articles and blogs. *Discourse Studies*, 21(6), 713-733. <https://doi.org/10.1177/1461445619866983>

#### Authors / Autores

**Ruiz-Corbella, Marta** ([mruiz@edu.uned.es](mailto:mruiz@edu.uned.es))  0000-0001-5498-4920

Marta Ruiz-Corbella. Profesora Titular de Teoría de la Educación en la Facultad de Educación de la UNED. Líneas de investigación: instituciones de educación superior, responsabilidad social, ciudadanía, publicación y transferencia del conocimiento. Dirección postal: Facultad de Educación. c/ Juan del Rosal, 14 – 28040 Madrid

**López-Gómez, Ernesto** ([elopez@edu.uned.es](mailto:elopez@edu.uned.es))  0000-0002-0679-5241

Ernesto López-Gómez. Profesor Ayudante Doctor en el Departamento de Didáctica, Organización Escolar y Didácticas Especiales de la Facultad de Educación de la UNED. Líneas de investigación: formación del profesorado, competencias docentes, tutoría y educación superior. Dirección postal: Facultad de Educación. c/ Juan del Rosal, 14 – 28040 Madrid

**Arteaga-Martínez, Blanca** ([blanca.arteaga@edu.uned.es](mailto:blanca.arteaga@edu.uned.es))  0000-0002-1079-1526

Blanca Arteaga-Martínez. Profesora Ayudante Doctora en el Departamento de Didáctica, Organización Escolar y Didácticas Especiales de la Facultad de Educación de la UNED. Su investigación se ha centrado en la investigación-acción en el aula, tomando la didáctica de la matemática como eje vertebrador. Ha dirigido y participado en distintos proyectos de investigación subvencionados y proyectos de innovación educativa con distintas universidades. Integrante del grupo de investigación Pedagogía Adaptativa de la Universidad Complutense de Madrid. Dirección postal: Facultad de Educación. c/ Juan del Rosal, 14 – 28040 Madrid.

**Galán, Arturo** ([agalan@edu.uned.es](mailto:agalan@edu.uned.es))  0000-0002-3695-4792

Arturo Galán. Catedrático del Departamento MIDE de la UNED y Decano de la Facultad de Educación. Dirige la Revista Borden y ha sido Presidente de la Asociación para la Investigación y la Docencia Universitarias. Es IP del Grupo de investigación ESPYD, contando con numerosas publicaciones en el ámbito de las políticas públicas de evaluación del profesorado universitario y su producción científica y en el campo de la evaluación de programas. Dirección postal: Facultad de Educación. c/ Juan del Rosal, 14 – 28040 Madrid



**Revista ELectrónica de Investigación y EValuación Educativa**  
*E-Journal of Educational Research, Assessment and Evaluation*

[ISSN: 1134-4032]



Esta obra tiene [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

This work is under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).