



Estudio de perfiles de ResearchGate y Academia.edu de Universidades españolas: El caso de los Departamentos de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Study of users in Academia.Edu and ResearchGate in Spanish Universities: The Case of the Department of Audiovisual Communication and Advertising

Mar Iglesias-García

Universidad de Alicante

mar.iglesias@ua.es

Cristina González-Díaz

Universidad de Alicante

cristina.gdiaz@ua.es

Lluís Codina

Universidad Pompeu Fabra

lluis.codina@upf.edu

Resumen:

Las Redes Sociales Digitales Científicas (RSDC) van conformándose como la herramienta indispensable para la difusión del conocimiento. Su uso se atribuye a investigadores y académicos que se supone que se sirven de ellas para promover y difundir sus estudios. En este sentido, se observa que, si bien proliferan las investigaciones sobre las RSDC, la mayoría de estudios dan por sentado que su uso queda adscrito, casi en exclusividad, al personal docente e investigador de instituciones universitarias, cosa que los resultados de nuestros estudios desmienten, al menos en parte. El problema principal es que estas redes no establecen distinción por categoría profesional o ámbito laboral de sus miembros. Con esta constatación, este trabajo parte de la hipótesis de que, si bien las RSDC parecen territorio prioritario de académicos, es predecible un uso cada vez más habitual por estudiantes de máster y/o doctorado, e incluso por universitarios que se encuentran en los cursos de grado dada la constatación señalada.

Con este punto de partida, el objetivo de la comunicación estriba en observar y comparar el número de usuarios en las dos principales RSDC (ResearchGate y Academia.edu) que tienen las universidades españolas en relación a dos grupos definidos: 1) personal docente e investigador (PDI); 2) alumnado de doctorado, máster y de estudios de grado. Los resultados apuntan bajos porcentajes teniendo en cuenta número de usuarios totales de cada RSDC y los dos grupos objeto de estudio,

encontrando los porcentajes más bajos en aquellos que hacen relación entre número de usuarios y número de estudiantes.

Palabras clave: Redes sociales digitales científicas (RSDC); Universidad española; ResearchGate; Academia.edu.

Abstract:

Scientific Digital Social Networks (RSDC) are an indispensable tool for the dissemination of knowledge. Researchers and academics use them to promote and disseminate their studies. At this point, it is observed that even if studies about RSDC increase, most studies assume that its use is attributed, almost exclusively, to researchers in universities. However, these networks do not distinguish by professional category or workplace of its members. With this premise, this paper begins with the assumption that, although RSDC are priority area of academics, an increasingly common use is observed by students in master's degrees and / or doctorate, or for those college students who are in degree courses.

With this starting point, the goal of communication is to observe and compare the number of users in the two main RSDC (ResearchGate and Academia.edu) in the Spanish universities in relation to two groups: 1. Professor (in their different categories) and research staff 2. Students of doctoral, masters and undergraduate studies. The main results point low percentages if we compare them with the total number of users of each RSDC and the two groups under study. Moreover, the lowest percentages are between number of users and number of students.

Keywords: Scientific digital social networks (RSDC); Spanish University; ResearchGate; Academia.edu.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Las Redes Sociales Digitales Científicas

Las Redes Sociales Digitales Científicas (RSDC) surgieron en 2007 y son plataformas para el intercambio del conocimiento que han ampliado el terreno de juego en cuanto a la visibilidad, impacto y popularidad de las investigaciones (Francisco Campos-Freire y Gabriela Direito, 2015). También se pueden definir como plataformas de comunicación en red que posibilitan a los investigadores crear y dar a conocer un perfil académico y profesional. Al estilo de las Redes Sociales generalistas, como Facebook, los perfiles en estas redes permiten difundir investigaciones y consultar en línea y/o descargar referencias y otras producciones científicas. También se pueden compartir documentos, proyectos, colaboraciones e investigaciones en una lista de usuarios relacionados dentro de una o varias especializaciones científicas. Además, pueden generar estadísticas sobre visitas a los perfiles o descargas de los trabajos, dan información sobre el seguimiento e impacto de los mismos, y muestran congresos, eventos y ofertas de empleo (Cristina González-Díaz et al., 2013).

La investigación de las RSCD es reciente y se ha abordado con el objetivo de describirlas y caracterizarlas (Sandra Martorell, 2014; Robert Van Noorden, 2014; Francisco Campos et al., 2014; Cristina González-Díaz et al., 2015). En este sentido, según Coronel y Campos, las redes sociales digitales científicas se pueden caracterizar como:

- (1) ecosistemas de servicios de software, repositorios y plataformas de comunicación abiertas en red que permiten a los investigadores;
- (2) crear un perfil académico y profesional dentro de un sistema específico de divulgación e intercambio de conocimiento;
- (3) establecer una lista de usuarios relacionados dentro de una o varias especializaciones científicas para compartir contactos, networking, proyectos, documentos, apuntes, colaboraciones e investigaciones;
- (4) poder acceder, consultar en línea y/o descargar referencias y producciones científicas disponibles;
- (5) aplicar herramientas de metadatos e inteligencia semántica;
- (6) gestionar el valor cuantitativo y cualitativo (capital social científico) de las citas, índices de impacto e información sobre el seguimiento de las publicaciones de los investigadores y, por agregación derivada,
- (7) establecer ranking de posición de las instituciones universitarias a las que pertenecen (Gabriela Coronel y Francisco Campos, 2015: 345-346).

A pesar de las evidentes ventajas enumeradas, parte de la comunidad investigadora es reticente al uso de las RSDC y algunos autores siguen viendo los canales tradicionales como los más válidos (Nicolás Robinson-García et al., 2011), poniendo bajo sospecha cualquier tipo de evaluación que no sea la revisión por pares que realizan las revistas (Daniel Torres-Salinas, 2008).

Por otro lado, la mayoría de estudios dan por sentado que el uso de las RSDC se adscribe, casi en exclusividad, a investigadores y personal docente de instituciones universitarias. Sin embargo, estas redes no establecen distinción por categoría profesional o ámbito laboral de sus miembros. Este trabajo parte de la hipótesis de que, si bien las RSDC son territorio prioritario de académicos, se observa un uso cada vez más habitual por estudiantes en estudios de máster y/o doctorado, o bien por aquellos universitarios que se encuentran en los cursos de grado.

1.2. ResearchGate y Academia.Edu

En la actualidad hay cerca de medio centenar de RSDC, pero las de mayor penetración son Academia.edu (2008) y Researchgate.net (2008), que suman más de 35 millones de perfiles y millones de visitas cada mes. Como puede comprobarse en la Tabla 1, el crecimiento de estas redes está siendo muy rápido. Así, en apenas 8 meses (desde marzo a octubre de 2015) Academia.Edu ha agregado más de 7 millones de perfiles y ResearchGate, 2 millones.

Tabla 1: Evolución del número de perfiles de ResearchGate (2015a) y Academia.Edu

RSDC	Año de creación	Nº perfiles Total (marzo 2015)	Nº perfiles Total (noviembre 2015)
Academia.Edu	2008	20 millones	27 millones
ResearchGate	2008	6 millones	8 millones

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de ResearchGate (octubre, 2015) y Academia.Edu (octubre, 2015) y González-Díaz, et al. (2015)

Cada una de estas redes tiene sus particularidades. En el caso de Academia.Edu, la RSDC más usada, con 28 millones de perfiles, se ofrece un sistema de datos estadísticos que permite medir el impacto de la investigación. También da información relativa al número de consultas y descargas de los trabajos y las palabras claves utilizadas en los buscadores, entre otros datos de interés. Esta red está más enfocada a las ciencias Sociales (Maria Isabel Punín et al., 2014).

Por su parte, ResearchGate, la segunda plataforma científica más utilizada, con más de ocho millones de perfiles, también establece un índice de reputación científica (RG Score). Esta métrica indica la reputación en función de cómo es recibida la investigación de un usuario por el resto de compañeros de la Red Social, atendiendo a las contribuciones realizadas, las interacciones y la reputación obtenida investigador a investigador (ResearchGate, 2015b).

El crecimiento de estas RDSC está siendo muy rápido, pero cabe cuestionarse de qué manera se utilizan y, lo más importante, quién hace un uso de ellas y para qué. Se parte de la premisa de que es el personal docente e investigador de las universidades el que hace un mayor uso de las mismas. Sin embargo, tal y como se ha comentado en líneas anteriores otro tipo de “perfiles académicos” está irrumpiendo en el uso de las mismas. Estos perfiles son, tanto estudiantes de doctorado y/o máster, como estudiantes de grado.

Con estos antecedentes, el objetivo de la comunicación estriba en observar y comparar el número de perfiles en las dos principales RSDC (ResearchGate y Academia.edu) que tienen las universidades españolas en relación a dos grupos definidos: 1. Personal docente e investigador (PDI), 2. Alumnado de doctorado, máster y de estudios de grado. Además, se pretende conocer si se hace uso habitual de los perfiles, o si por el contrario, se crean esos perfiles y después se abandonan.

2. METODOLOGÍA

En esta investigación se realiza un análisis exploratorio a pequeña escala, analizando los perfiles incluidos en los departamentos de las 5 universidades con mayor número de estudiantes y que tienen estudios de Comunicación (Complutense de Madrid, Sevilla, País Vasco, Autónoma de Barcelona y Málaga). La elección del tipo de departamento escogido (Dpto. De Comunicación Audiovisual y Publicidad) viene condicionada por la adscripción a la que pertenecen los autores del trabajo. Sea como fuere, al margen de esta selección de conveniencia, lo que se pretende es hacer un estudio exploratorio que defina y describa cómo son los perfiles actuales que componen las principales RSDC.

Las RSDC no establecen distinción por categoría profesional o ámbito laboral de sus miembros. A través de un estudio previo a este trabajo, se ha comprobado que, aunque hay un claro predominio de miembros que son docentes, también existe un gran número de usuarios con otros perfiles, que van desde estudiantes de doctorado y máster hasta estudiantes de grado. Por este motivo, para establecer el número de

personas que tienen la posibilidad de formar parte de las RDSC en las universidades españolas, esta investigación toma como referencia tanto profesorado como alumnado en sus diferentes etapas y trata de diferenciarlos en el análisis.

3. RESULTADOS

El análisis global del número de perfiles en ResearchGate y Academia.Edu muestra que Academia.Edu es la RDSC con mayor número de perfiles en las universidades analizadas, a excepción de la Universidad del País Vasco, que cuenta con más perfiles en ResearchGate (ver Tabla 2).

Tabla 2: Número de profesores, alumnos y perfiles de ResearchGate y Academia.Edu (2015)

Universidad	Total PDI	Total alumnado	Total comunidad académica	Perfiles en RG	Perfiles Academia.Edu
U. Complutense de Madrid	6382	73645	80027	5202	5486
U. Sevilla	4433	63596	68029	3059	3567
U. País Vasco	4439	43533	47972	3261	634
U. Autónoma Barcelona	4154	36617	40771	3818	5796
U. Málaga	2404	37766	40170	1896	2118

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de ResearchGate (octubre, 2015), Academia.Edu (octubre, 2015) y del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2013-2014).

Cabe destacar también que la Universidad Autónoma de Barcelona es la que cuenta con mayor número de perfiles en Academia.Edu (5796), aunque el número total de miembros de su comunidad académica es la mitad que la Universidad Complutense de Madrid (40771 frente a 80027), pero sí que es la Complutense de Madrid la que más perfiles tiene en ResearchGate (5202).

Cuando se analiza el número de perfiles en relación al número de profesores y estudiantes en su conjunto, se observa que no son las universidades de mayor envergadura las que porcentualmente tienen mayor presencia en las RDSC (ver Tabla 3). De este modo, si comenzamos el estudio de los porcentajes establecidos para cada tipo de miembro de la comunidad académica sobre los perfiles en ResearchGate se observa que la Universidad Autónoma de Barcelona, cuarta en el ranking, es también la que tiene mayor penetración en lo referente a perfiles en esta RDSC, tanto en lo que corresponde con el total de PDI (91,9%), como al total de alumnado (10,4%), como en el total de la comunidad académica (9,3%). Le sigue, eso sí, en el segundo puesto, la de mayor envergadura en cuanto a total de la comunidad académica, la Universidad Complutense de Madrid. Es la Universidad de Sevilla la que tiene los porcentajes más bajos de perfiles entre PDI (69%), el alumnado (4,8%) y la comunidad académica en conjunto (4,5%), a pesar de ser la segunda universidad en número total de miembros (68029).

Tabla 3: Porcentaje de profesores, alumnos y total de la comunidad académica en relación con perfiles de ResearchGate (2015)

Universidad	Total PDI	Total alumnado	Total comunidad académica	Perfiles en RG
U. Complutense de Madrid	81%	7%	6,5%	5202
U. Sevilla	69%	4,8%	4,5%	3059
U. País Vasco	73%	7,4%	6,7%	3261
U. Autónoma Barcelona	91,9%	10,4%	9,3%	3818
U. Málaga	78,86%	5,02%	4,7%	1896

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tabla 2

Al abordar el caso de la Red Academia.Edu se observa una casuística parecida: es la Universidad Autónoma de Barcelona la que lidera el ranking en lo que a penetración de perfiles se refiere en relación con los distintos tipos de miembros de la comunidad académica (Tabla 4). Sin embargo, cabe subrayar aquí uno de los aspectos que más nos ha llamado la atención y que se adscribe a un nivel limitado en la evaluación y custodia de los perfiles. Si observamos el porcentaje de miembros de PDI de la Universidad Autónoma de Barcelona éste supera el 100%.

Tabla 4: Porcentaje de profesores, alumnos y total de la comunidad académica en relación con perfiles de Academia.Edu (2015)

Universidad	Total PDI	Total alumnado	Total comunidad académica	Perfiles Academia.Edu
U. Complutense de Madrid	85,9%	7,4%	6,8%	5486
U. Sevilla	80,4%	5,6%	5,2%	3567
U. País Vasco	14,2%	1,4%	1,3%	634
U. Autónoma Barcelona	139%	15,8%	14,21%	5796
U. Málaga	88,1%	5,6%	5,2%	2118

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos Tabla 2

Esta casuística puede ser debida, como ya desarrollaremos en líneas posteriores, a que en Academia.Edu, en menor medida en ResearchGate, se observa duplicidad de perfiles, por lo que es complejo abordar el número exacto y real.

Si abordamos el estudio por número de perfiles atendiendo al Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de cada una de estas universidades con respecto a las RDSC se observa que, si ResearchGate predomina en el Departamento de la Universidad Complutense de Madrid (48 perfiles), que es la universidad con una

mayor comunidad universitaria, el protagonismo corre a cuenta de la Universidad de Sevilla en Academia.Edu (Tabla 5).

Tabla 5: Tipos y número de perfiles por universidades, en ResearchGate y Academia.Edu

Dpto. y Universidad	RESEARCH.GATE					ACADEMIA.EDU					Miembros Dpto. Com. Audiovisual y Publicidad
	Total Perfiles	Perfiles PDI	Perfiles Alumnos	Perfiles Vacíos	Nº Documentos	Total Perfiles	Perfiles PDI	Perfiles Alumnado	Perfiles Vacíos	Nº Documentos	
Dpto.Com. Audiovis. y Pub. I y II U.Complu. Madrid	48	21	27	19	625	35	12	23	29	130	64
Dpto.Com. Audiovis. U. Sevilla	16	6	10	7	86	109	41	68	65	386	49
Dpto.Com. Audiovis. U. País Vasco	25	16	9	9	130	51	6	45	22	70	74
Dpto.Com. Audiovis. U. A. Barcelona	27	7	20	20	58	48	21	27	25	332	63
Dpto.Com. Audiovis. U. Málaga	34	11	23	15	100	95	29	56	63	95	55

Fuente: Elaboración propia con datos de ResearchGate, Academia.Edu y webs de las universidades, octubre de 2015.

Este liderazgo en una y otra RDSC también se mantiene atendiendo a las universidades mencionadas anteriormente. De este modo, en ResearchGate, la Universidad Complutense de Madrid lidera en número de perfiles de PDI (21) y número de perfiles de alumnado (27). En este punto cabe señalar que nos encontramos con un mayor número de perfiles de alumnado que de PDI, subrayando la hipótesis de trabajo de que este tipo de RDSC no solamente es utilizada por personal docente investigador, sino también por buena parte del alumnado. Sin embargo, debemos ser cautos en esta afirmación puesto que, si bien encontramos que en todos los Departamentos estudiados, a excepción del adscrito a la Universidad del País Vasco, se da un mayor número de perfiles de alumnos que de profesorado, también existe un elevado número de perfiles vacíos que podrían tratarse de investigadores y docentes que no se han registrado correctamente.

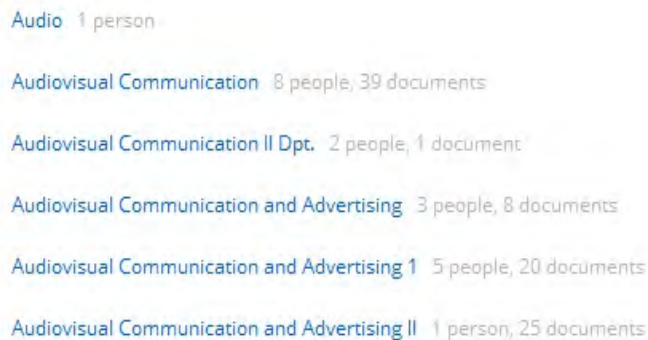
En Academia.Edu, el liderazgo, tal y como hemos mencionado anteriormente, se encuentra en el Departamento de la Universidad de Sevilla. Al margen de esto, se siguen los mismos parámetros que en ResearchGate: un mayor número de perfiles de alumnado que de profesorado, pero también un gran número de perfiles vacíos.

Otro aspecto a tener en cuenta en lo concerniente al total de perfiles y departamentos es el concerniente al número de documentos. En su estudio global, es decir, teniendo en cuenta ambas RDSC en su conjunto, es el departamento adscrito a la Universidad Complutense de Madrid el que tiene un mayor número (625 documentos en ResearchGate) y le sigue el departamento de la Universidad de Sevilla (386 en Academia.Edu).

Si tomamos los datos en su estado general (miembros de Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad), señalando que nos referimos al personal docente e investigador, se observa que el grado de penetración en su correspondencia con perfiles de PDI para cada una de las RDSC es escaso. De este modo, si tomamos como referente el Departamento de la Universidad Complutense de Madrid, líder en perfiles de ReserachGate en lo que a PDI se refiere, se observa que sólo el 32% de sus miembros (21 de los 64 posibles) tienen perfil. El caso opuesto ocurre en el Departamento de la Universidad de Sevilla, líder en perfiles de PDI en Academia.Edu, donde el 83,6% de sus miembros PDI (41 de los 49 posibles) tienen perfil.

Profundizando en el estudio de los numerosos perfiles vacíos existentes, se observa que las opciones de Academia.Edu a la hora de dar de alta un perfil pueden provocar errores y duplicidades, que se pueden comprobar al buscar investigadores por Universidad y por departamentos (ver Figura 1) .

Figura 1: Departamentos duplicados en Academia.Edu



Fuente: Academia.Edu, octubre de 2015

También se observa en algunos casos la duplicidad de perfiles y de departamentos (en especial en Academia.edu) con diferentes nombres y en diferentes idiomas, preferentemente inglés y castellano. Este error debería ser tenido en cuenta por las RSDC para depurar el número real de perfiles y departamentos. Además de la duplicidad de perfiles, tal y como se ha mencionado en líneas anteriores, existe una gran número (Figura 2) que está vacío, sin ningún tipo de contenido.

Figura 2: Perfiles duplicados y sin contenido en Academia.Edu



Fuente: Academia.Edu, octubre de 2015 (Se han borrado letras para preservar la privacidad).

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El estudio que abordamos pretende ser una radiografía en la que se exponen datos, en sentido global, correspondientes a número de perfiles de cada RSDC de las estudiadas y el grado de penetración, atendiendo a los distintos tipos de miembros de la comunidad académica, por un lado; y realizar un estudio exploratorio correspondiente al estudio de los Departamentos de Comunicación Audiovisual y Publicidad de las cinco primeras universidades por número de miembros, por el otro.

Esta investigación sigue en la línea de los resultados expuestos por González, et al. (2015) que mantiene que no necesariamente aquellas universidades de mayor envergadura en cuanto a comunidad académica tienen mayor presencia en la RSDC. Es el caso de la Universidad de Barcelona (cuarta en el ranking en número de miembros dentro de la comunidad académica) y que lidera el porcentaje de penetración, tanto en ResearchGate como en Academia.Edu en todas las categorías de los miembros de la universidad (Personal Docente e Investigador, por un lado; y alumnado, por el otro).

Sin embargo, profundizando en el estudio y atendiendo al número de miembros de los Departamentos de Comunicación Audiovisual y Publicidad de cada una de las universidades objeto de estudio, en ResearchGate sí que se cumple el parámetro de universidad de mayor envergadura, universidad que posee un número mayor de perfiles, haciendo referencia a la Universidad Complutense de Madrid. En Academia.Edu es el Departamento de la Universidad de Sevilla el que lidera el ranking, aunque hay que tener en cuenta que esta universidad ocupa el puesto segundo en lo que a miembros universitarios se refiere.

Si comparamos número de miembros de los Departamentos (PDI) y número de perfiles docentes en cada RSDC, Academia.Edu tiene una gran penetración (más del 80%) y ResearchGATE apenas supera el 30%.

Sin embargo, los datos más reveladores consideramos que llegan de la mano del número de:

1. Perfiles de alumnos, que en ambas RSDC supera al de perfiles de PDI.
2. Perfiles vacíos, cuyo número también es elevado.

Estos dos parámetros pueden estar relacionados, ya que es posible que haya perfiles adscritos a PDI dentro de los perfiles vacíos, pero que debido a un incorrecto procedimiento para dar de alta el perfil no se haya completado. Este hecho podría también explicar que exista un número mayor de perfiles de alumnos que de PDI. Este hecho, junto al número no desdeñable de perfiles duplicados, motiva investigaciones futuras que traten de ahondar: por un lado, en el estudio sobre a quién corresponden los perfiles vacíos, hasta dónde se pueda llegar a conocer; y por otro lado, determinar las duplicidades.

También este punto debe poner el acento en la forma de gestionar los perfiles por parte de las RSDC (especialmente en Academia.Edu, en la que se han encontrado un mayor número de perfiles vacíos y duplicados), ya que si no se depuran estas incorrecciones, pierden credibilidad. Además, si uno de los objetivos de las RSDC es la difusión de la ciencia, no tiene sentido mantener aquellos perfiles que no aportan un mínimo de información sobre los autores y sus investigaciones.

Las Redes Sociales Digitales Científicas están todavía en fase de crecimiento y popularización, pero ya se han demostrado útiles como espacio colaborativo y de intercambio de conocimiento, por ello, no se deberían desaprovechar las posibilidades de circulación de la ciencia y de interactividad que ofrecen estas plataformas, ya que correrían el riesgo de convertirse en un repositorio más.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMPOS FREIRE, F.y DIREITO REBOLLAL, S. (2015) La gestión de la visibilidad de la ciencia en las redes sociales digitales. En Rom, J.; Cuenca, J.; Zilles, K.(editores) *Negotiating (in)visibility: managing attention in the digital sphere*. VIII International Conference on Communication and Reality, 117-124.

CAMPOS FREIRE, F. ; RIVERA ROGEL, D.; RODRÍGUEZ, C. (2014). La presencia e impacto de las universidades de los países andinos en las redes sociales digitales. *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 69, pp. 571- 592. DOI: 10.4185/RLCS-2014-1025

CORONEL SALAS, G. y CAMPOS FREIRE, F. (2015). La comunicación científica a través de las redes sociales digitales. En Campos Freire, F. y Rúas Araújo, J. (editores). *Las redes sociales digitales en el ecosistema mediático*. CAC 92. Universidad de Santiago de Compostela y Universidad de Vigo. DOI: 10.4185/cac92

GONZÁLEZ-DÍAZ, C.; IGLESIAS-GARCÍA, M.; CODINA, LI. (2015). Presencia de las universidades españolas en las redes sociales digitales científicas: caso de los estudios de comunicación. *El profesional de la información*, v. 24, n. 5, 640-647.
<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.sep.12>

MARTORELL, S.; CANET, F.; CODINA, LI. (2014). Canalizar audiencias académicas: Propuesta de una red social para investigadores en estudios fílmicos. *Hipertext. net*, n. 12.

PUNÍN, M. I.; DIREITO REBOLLAL, S.; CALVA, D. (2014). La participación e interacción de los investigadores de comunicación de países iberoamericanos en las redes sociales digitales científicas. En: VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, 1-33. Recuperado el 28 de octubre de 2015, de
http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas/119_Punin.pdf

RESEARCHGATE (2015a). Celebrating 6 million members. Recuperado el 30 de octubre de 2015, de

<https://explore.researchgate.net/display/news/2015/01/21/Celebrating+6+million+members>

RESEARCHGATE (2015b). 8 out of 8 million. Recuperado el 30 de octubre de 2015, de <https://www.researchgate.net/blog/post/8-out-of-8-million>

ROBINSON-GARCÍA, 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*, v. 39, n. 3, 41-50.

TORRES-SALINAS, D. (2008). El paradigma 2.0 en las grandes revistas científicas. En: *3rd International LIS-EPI Meeting*, 24-25.

VAN NOORDEN, R. (2014). Online collaboration: Scientists and the social network. *Nature News*. v. 512, n. 7513, 126-129. DOI: 10.1038/512126a

CURRÍCULUM DE LOS AUTORES

Mar Iglesias-García

Es periodista y profesora del *Departamento de Comunicación y Psicología Social* de la *Universidad de Alicante (España)*. Imparte docencia en el grado de Publicidad y Relaciones Públicas y en el grado de Turismo. Colabora en el proyecto de investigación *Audiencias activas y periodismo. Interactividad, integración en la web y buscabilidad de la información periodística*, financiado por el *Ministerio de Economía y Competitividad*. Desde 2010, es directora del ciberperiódico *Comunic@ndoUA*.

Cristina González-Díaz

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas, es profesora en el *Departamento de Comunicación y Psicología Social* de la *Universidad de Alicante (España)* e imparte docencia en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Dirige el proyecto de investigación *Estudio de la presencia de los mensajes de salud en la publicidad de alimentos*, financiado por la *Universidad de Alicante*.

Lluís Codina Bonilla

Es profesor de la *Universitat Pompeu Fabra* de Barcelona (Alicante). Imparte docencia en la *Facultad de Comunicación*, en los grados de Periodismo y de Comunicación Audiovisual. Es coordinador del *Máster universitario en comunicación social (MUCS)* del *Departamento de Comunicación*. Forma parte del *Grupo de Investigación en Documentación Digital y Comunicación Interactiva (DigiDoc)*. Su último libro, en colaboración, trata sobre sistemas de evaluación de sitios web.

*Este trabajo forma parte del proyecto Audiencias activas y periodismo. Interactividad, integración en la web y buscabilidad de la información periodística: CSO2012-39518-C04-02. Plan Nacional de I+D+i, Ministerio de Economía y Competitividad (España).