



Hacia la evaluación de la divulgación. Cómo valorar y evaluar la transferencia de la investigación.

Zaragoza

13, 14 y 15 de noviembre de 2025

Enrique Orduña-Malea

Universitat Politècnica de València
enorma@upv.es

Asamblea Anual UNE

Las editoriales UNE en Defensa de una edición de calidad, ética y socialmente responsable



- A** ENFOCAR el concepto de “**transferencia**” en contextos evaluativos
- B** PROPONER una posible **estructura de evaluación** de publicaciones divulgativas
- C** DISCUTIR constructivamente 😊



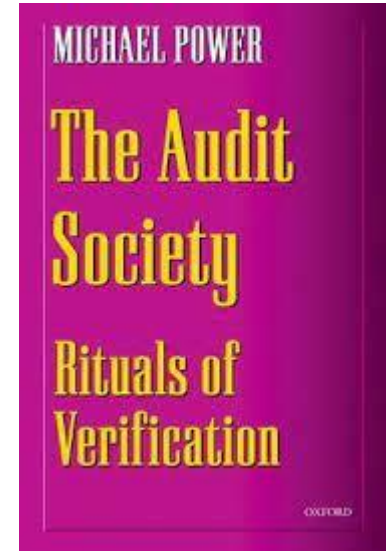
Agenda

- 1 — Transferencia, divulgación e impacto social
- 2 — Propuesta de evaluación de la obra divulgativa
- 3 — Algunos problemas y limitaciones
- 4 — Conclusiones



Las reformas de la llamada “new public management” introdujeron en las universidades mecanismos basados en el marketing y sistemas de auditoría con el fin de **potenciar la eficiencia, efectividad y responsabilidad** de las instituciones.

Esas reformas posicionan a las universidades como elementos clave en el desarrollo de las economías “basadas en el conocimiento”, en el marco de un nuevo *status quo*, que podemos denominar como **la Sociedad de la auditoría**



Power (1999)

Se espera que las universidades abandonen su aislamiento académico y muestren **sensibilidad hacia las necesidades de la sociedad**, en particular en las regiones donde se ubican.

Esto requiere cambios en sus **roles, misiones y valores**, un reequilibrio de sus contribuciones sociales y un esfuerzo por interactuar con una mayor **diversidad de comunidades**.





“Incorporate global and local challenges into our universities' research agendas; increase the interdisciplinary nature of our research; and promote the transfer and broad dissemination of the outcomes of such research to the benefit of society.”

Las universidades, en tanto que entidades sociales, influyen en la sociedad y en la ciudadanía a través de **todas** sus misiones, contribuyendo a su desarrollo social, económico, cultural y ambiental, generando **valor social**



La **docencia** beneficia a grupos no tradicionales, ayudándoles a adquirir conocimientos y habilidades, mejorando sus posibilidades de obtener un empleo cualificado y potenciando su capacidad para reconocer las necesidades sociales.

La **investigación** puede tener un impacto en la sociedad a través de productos y servicios (p. ej., medicamentos), aplicaciones (p. ej., la adopción por parte de actores clave) y **beneficios sociales, culturales, ambientales y económicos** (efectos derivados del uso de la investigación).

La **transferencia** implica la generación, el uso, la aplicación y la explotación del conocimiento fuera de los entornos académicos para el beneficio de la sociedad. Esto abarca una amplia gama de **actividades sociales** (contribución a las políticas públicas, comunicación en los medios) y **empresariales** (registro de patentes y licencias, investigación por contrato, formación ad hoc, consultoría y asesoramiento), que puede conllevar la generación de productos, servicios y obras.

Podemos argumentar que una universidad logra un impacto social (o valor social) cuando ejerce una **influencia auditable o documentada sobre actores y organizaciones no académicas**. En otras palabras, existen pruebas de que las interacciones entre la universidad y las partes interesadas externas han producido efectos tangibles.

Medir el impacto social permite a las instituciones demostrar su compromiso con las necesidades sociales a través de evaluaciones institucionales. Dichas evaluaciones revelan que los resultados del conocimiento tienen un valor social potencial para segmentos específicos de la sociedad.



¿Qué es una **actividad de divulgación**?

¿Dónde se encuadra la divulgación dentro de las **misiones de la universidad**?

Divulgar (del lat. *divulgāre*)

“Publicar, extender, poner al alcance del público algo”
RAE.



Tipo	Categoría
Según el <u>medio</u>	Escrito; Visual; Sonora; Audiovisual; Interactiva...
Según el <u>formato</u>	Exposición; Podcast; Charla; Taller; Cuento, Monografía; Feria...
Según el <u>público</u>	General; Juvenil; Profesional...
Según la <u>finalidad</u>	Informativa; Educativa; Lúdica...

¿Dónde se encuadra la publicación de **una monografía de divulgación**?

¿Debemos evaluar la divulgación?, ¿Cómo?

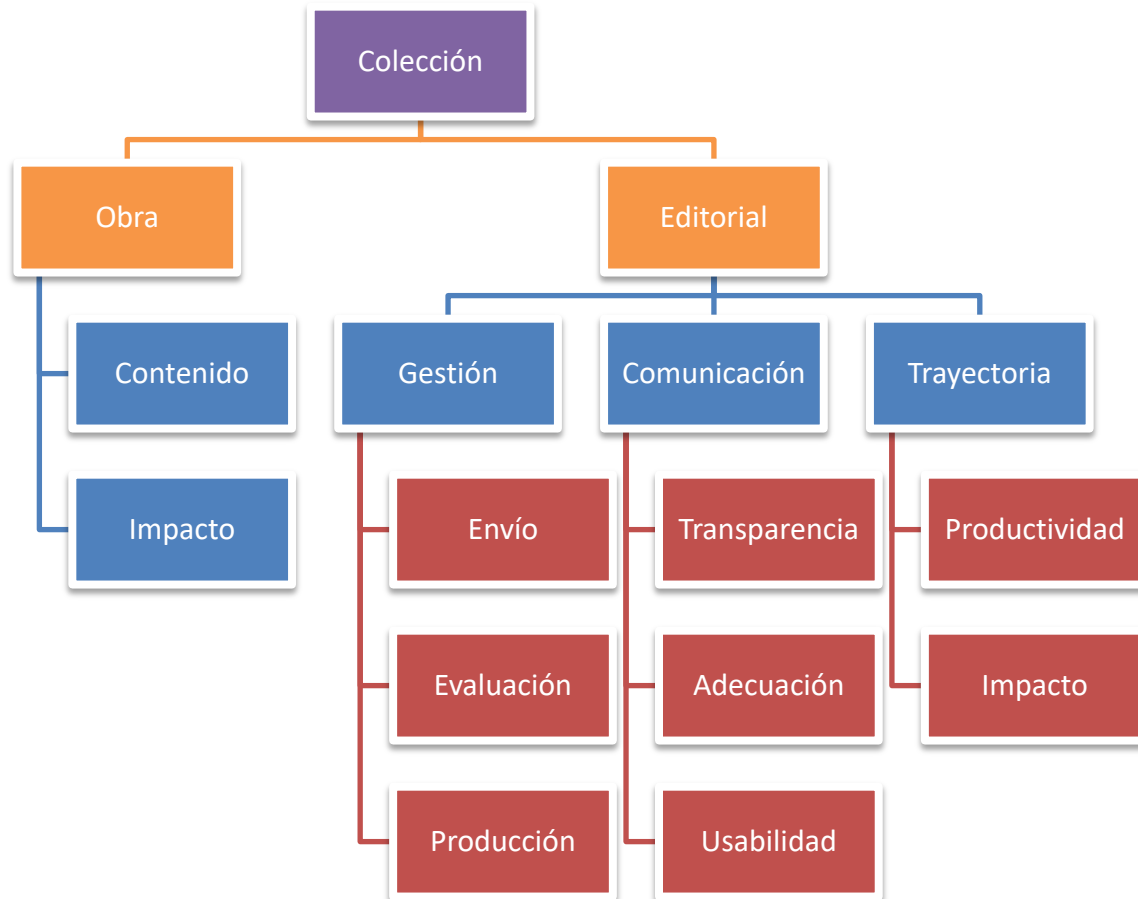
La divulgación de la ciencia no es una actividad científica; es una modalidad de transferencia.

- La divulgación asume un **rol pasivo** del receptor (proceso general)
- La transferencia asume un **rol activo** del receptor (proceso intencional y formal)

No es lo mismo medir el impacto social de la investigación que medir la transferencia

Los indicadores alométricos no son medidas de la transferencia necesariamente.

La evaluación depende del agente evaluado: autor, institución o canal (editorial)



Editorial

Gestión

Objetivo:

Valorar la calidad y eficiencia del proceso llevado a cabo por la editorial, incluyendo los procesos de comunicación con los autores.

Los procesos de comunicación con el resto de la audiencia se evalúan en la subcategoría de Comunicación.

Editorial

Gestión

Envío

Objetivo:

Valorar el proceso de envío de un manuscrito para ser sometido a evaluación editorial.

Criterios:

- Identificación clara del procedimiento de envío (email, formulario online, etc.).
- Identificación clara de la información requerida para el envío.
- Comunicación eficiente de recepción de la solicitud.

Editorial

Gestión

Evaluación

Objetivo:

Valorar el proceso de revisión de un manuscrito

Criterios:

- Proceso de selección de personas expertas evaluadoras.
- Calidad de los informes de evaluación.
- Tiempo medio de respuesta.
- Comunicación a los autores de los informes de evaluación.

Editorial

Gestión

Producción

Objetivo:

Valorar la calidad del producto final diseñado.

Criterios:

- Arte y diseño de la obra.
- Tiempo medio de producción y postproducción de las obras.
- Comunicación con los autores durante el proceso de producción.
- Generación de IDs
- Metadatos

Editorial

Comunicación

Objetivo:

Valorar la calidad y eficiencia del proceso de comunicación de la editorial con la audiencia general de la colección, a través de su canal principal.

Los procesos de comunicación interna con los autores se evalúan dentro de la subcategoría de gestión.

Editorial

Comunicación

Transparencia

Objetivo:

Valorar la cantidad y variedad de información que se pone a disposición para la audiencia general, a través del principal canal de comunicación de la editorial.

Criterios (centrados en la existencia de este contenido):

- Alcance de la colección: específico y coherente.
- Composición y funcionamiento del equipo editorial (redacción y evaluación)
- Información de los requisitos de envío y del proceso general de publicación
- Información legal , incluyendo costes, licencias de difusión y explotación, etc.
- Obras de la colección
- Descripción bibliográfica completa de cada obra

Editorial

Comunicación

Adecuación

Objetivo:

Valorar que el contenido puesto a disposición para potenciales autores y audiencia general es correcto, adecuado y suficiente.

Criterios (centrados en que el contenido sea correcto):

- Alcance de la colección: específico y coherente.
- Composición y funcionamiento del equipo editorial (redacción y evaluación)
- Información de los requisitos de envío y del proceso general de publicación
- Información legal , incluyendo costes, licencias de difusión y explotación, etc.
- Obras de la colección
- Descripción bibliográfica completa de cada obra

Editorial

Comunicación

Usabilidad

Objetivo:

Valorar que el contenido puesto a disposición para potenciales autores y audiencia general es usable, accesible y actualizado.

Criterios:

- Cumplimiento básico de criterios de usabilidad web.

Editorial

Trayectoria

Objetivo:

Valorar que la editorial tenga una trayectoria, tanto general como dentro del período evaluado.

Editorial

Comunicación

Productividad

Objetivo:

Valorar que la colección es activa y ha publicado un número mínimo umbral de publicaciones en el período analizado

Criterios:

- Número de obras publicadas, identificadas correctamente en su canal de comunicación.

Editorial

Comunicación

Impacto

Objetivo:

Valorar que la colección ha logrado un impacto significativo a través del conjunto de las obras publicadas.

Criterios:

- Indicadores de impacto a nivel de la colección.

Obra

Contenido

Objetivo:

Valorar la calidad de la obra publicada.

Criterios:

Claridad; Actualidad; Originalidad; Precisión; Estructura; Fuentes.

Procedimiento:

A partir de un par de obras seleccionadas aleatoriamente.

Obra

Impacto

Objetivo:

Valorar el impacto/influencia/interés de la obra publicada.

Criterios:

- Número de reseñas
- Número de ejemplares vendidos
- Número de ediciones y reimpresiones
- Número de idiomas diferentes en los que se ha publicado
- Número de bibliotecas que disponen de un ejemplar
- Número de premios y reconocimientos recibidos por la obra
- Número de citas y menciones a la obra (académicas y no académicas)
- Implicación y efectos en las comunidades no académicas, que fueran objetivo de la obra

Evaluar requiere de...

- Tiempo
- Financiación
- Personal experto
- Mecanismos de recompensa institucionales
- Instrumentos de evaluación adecuados
- Fuentes de datos adecuadas
- Voluntad institucional



- Todas las misiones universitarias tienen impacto en la sociedad. El conocimiento se transfiere cuando se activan ciertos instrumentos y acciones.
- Por tanto, situar adecuadamente la divulgación dentro de las actividades y misiones universitarias es esencial, para que el proceso evaluativo quede bien enmarcado y etiquetado.
- La divulgación de la ciencia no es ciencia, pero es muy relevante y necesaria. Hay que evaluarla de forma específica, fuera de la dimensión investigadora.
- La evaluación sólo será efectiva si existen mecanismos de recompensa académicos bien definidos y ajustados.

**muchas
gracias!**