

# Acceso abierto a la producción científica. Puesta al día.

José Carlos Morillo Moreno

22 y 23 de mayo.

Sesión 1ª



---

## AGENDA

[Normalización de la firma científica. Perfiles de investigadores. Identificadores personales. Redes sociales académicas.](#)

# Contexto:

- ✓ Nuevos escenarios de la comunicación científica
- ✓ El escenario es la red. La ciencia se hace en la red.
- ✓ El investigador/a necesita construir una “Identidad digital del investigador”.

# ¿Qué es la firma normalizada?

La **firma normalizada** es la que elige el investigador para firmar de forma que le **identifique** y le **distinga** de otros investigadores.

Es la palabra clave que tenemos para recuperar nuestra bibliografía, por ello es muy importante firmar siempre igual para que no se nos disperse el trabajo.

Es importante tanto la firma personal  
como la institucional

¿Porqué es necesario normalizar su firma?

La **falta de normalización** hace que **disminuya la visibilidad** y **dificulta la recuperación** de las publicaciones y de las **citas** por ellas recibidas.

Los autores con nombres hispanos estamos en desventaja, ya que tenemos más opciones para firmar: dos apellidos, nombres de pila compuestos, partículas, el uso de la ñ...

Es un grave problema la incorrecta atribución de publicaciones.

**¡Es importante elegir un modelo de firma que te reconozca y firmar siempre de la misma forma!**

## REGULADO POR

Recomendaciones de la FECYT para la normalización del nombre personal y también el institucional

[https://www.recursoscientificos.fecyt.es/sites/default/files/2015\\_02\\_16\\_normalizacion\\_nombre\\_autor.pdf](https://www.recursoscientificos.fecyt.es/sites/default/files/2015_02_16_normalizacion_nombre_autor.pdf)

## TAMBIÉN REGULACIONES LOCALES INSTITUCIONALES

RESOLUCIÓN RECTORAL sobre la normalización de la afiliación institucional a la Universidad de Huelva, en todo tipo de publicaciones cuya autoría esté vinculada a personal de la misma

<http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/12658>

## **BENEFICIOS PARA EL INVESTIGADOR :**

### **Los básicos**

**Ser indexados correctamente**

**Distinguirse de otros autores con nombres iguales**

**Facilitar el análisis de las citas recibidas**

**Garantizar la recuperación completa de la producción científica**

**Ser más visibles y aumentar el impacto de la producción científica**

**Permite una correcta atribución de publicaciones en bases de datos**

**Facilita la gestión del histórico de afiliación. Más de una afiliación.**

**Simplificación de las tareas de evaluación de la actividad investigadora**

## **BENEFICIOS PARA LA UNIVERSIDAD**

La correcta filiación es una buena práctica académica y además es elemento estratégico institucional.

Visibilidad y accesibilidad de la producción científica de la Universidad

Marca de identidad / Correcta presencia en rankings, etc.

Rentabilización de la inversión económica. La inversión en investigación revierte en la propia Universidad

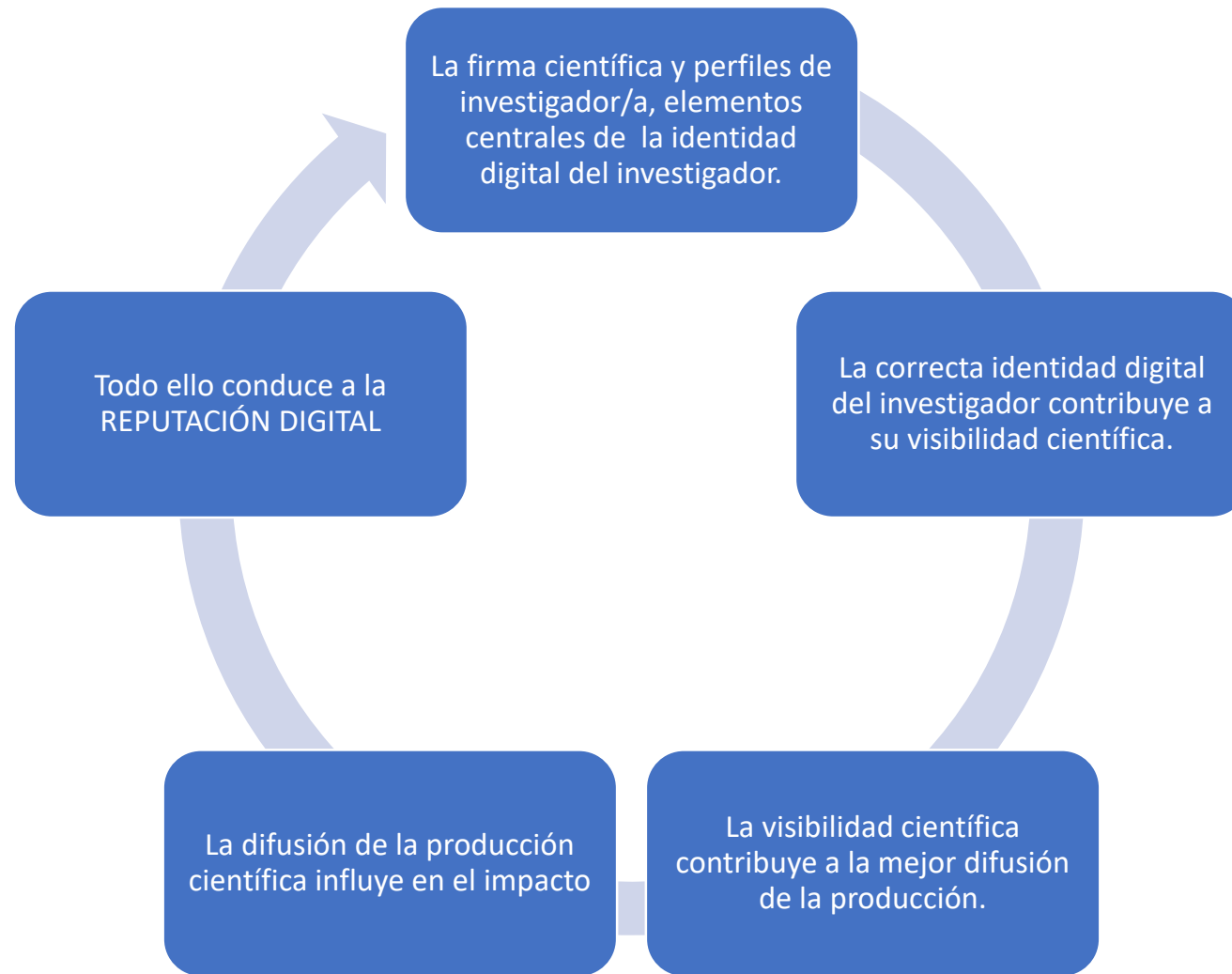
Acceso a la información científica generada en la Universidad con un coste económico mínimo.

Aumento del prestigio de la Universidad.

Infraestructura tecnológico-informativa que de soporte a los programas de investigación: programas de doctorado, másteres, grupos de investigación

Preservación y archivo digital de la documentación académica actualmente dispersa y no visible.





# Reputación científica e Identidad digital

"La **reputación científica** es el **prestigio** de un investigador/a obtenido gracias a la calidad e impacto de sus resultados de investigación" (Fernández-Marcial & González-Solar, 2015)

- Las tecnologías de la información han condicionado el concepto de reputación científica.
- Y Ahora la reputación científica es reputación científica digital.
- Estrecho vínculo entre ambos entornos de modo que, si el reconocimiento de un investigador se puede trasladar al contexto digital, una adecuada gestión de la identidad digital puede llevar a un mayor reconocimiento científico

# IDENTIDAD DIGITAL

"La **identidad digital del investigador** es el resultado del esfuerzo consciente que realiza el investigador por y para ser identificado y reconocido en un contexto digital, distinguiéndose del conjunto de investigadores a través de la normalización, con el uso de identificadores, y la difusión en redes y otras plataformas de los resultados de investigación"

(Fernández-Marcial & González-Solar, 2015)




- Un **identificador de autor** es un código único que pertenece al investigador y que permite reunir su labor investigadora y profesional, distinguiéndose de forma unívoca de otros investigadores y asociando sus publicaciones científicas dentro de una plataforma determinada, es el caso de IdDialnet, Scopus AuthorID, perfil WOS
- Un **perfil de autor** es una página web donde aparecen asociados el nombre del investigador y un número que lo identifica de forma unívoca. La información sobre el autor se completa añadiendo datos biográficos, palabras clave de su área de investigación, instituciones para las que investigan, listado de publicaciones y proyectos de investigación. Hay perfiles que son completamente públicos y otros permiten que el autor decida la información que será pública y cuál de consulta privada. Por ej. Orcid, Scholar Google Citations, Perfil WOS, Perfil autor Arias Montano (repositorios).

<https://biblioguias.unex.es/c.php?g=675640&p=4990697>

<http://investigauned.uned.es/identificadores-persistentes-institucionales/>

<https://guiasbuh.uhu.es/firmacientifica/identificadoresinstitucionUHU>

# [https://guiasbuh.uhu.es/mapa\\_comparativo\\_de\\_identificadores\\_del\\_investigador/MapaIdentificadoresdelInvestigadoresUHU](https://guiasbuh.uhu.es/mapa_comparativo_de_identificadores_del_investigador/MapaIdentificadoresdelInvestigadoresUHU)

Identificadores	Perfil de autor	Identificador (ejemplo)	Cómo obtenerlo	Mantenimiento	Listado de publicaciones	Cómo añadir publicaciones	Métricas	Dependencia
 ORCID	SI	ORCID ID: 0000-0001-6272-1712	Registro gratuito en: <a href="https://orcid.org/signin">https://orcid.org/signin</a>	Realizado por parte del investigador	SI	Importación directa (Scopus, Europe PubMed Central, CrossRef, etc.) Identificador DOI Archivos BibTex Manualmente	NO	ORCID
 Scopus Author ID	SI	Scopus Author ID: 56056187200	Se asigna de forma automática a todos los autores con una o más publicaciones en Scopus	Realizado por parte de la plataforma	SI	Solo contiene documentos recogidos por Scopus Podemos solicitar cambios en nuestro perfil	SI	Elsevier
 Web of Science ResearcherID	SI	Web of Science ResearcherID: K-2817-2014	Registro gratuito en: <a href="https://publons.com/account/register/">https://publons.com/account/register/</a>	Realizado por parte del investigador	SI	Importación desde Web of Science Sincronizar ORCID Identificador DOI Archivos RIS, CSV o BibTex	SI, pero solo sobre las publicaciones indexadas en Web of Science	Clarivate Analytics
 Google Scholar Citations	SI	GSC: AdQvZkAAAAJ	Registro gratuito en: <a href="https://scholar.google.es/">https://scholar.google.es/</a> . Se necesita tener una cuenta de Gmail	Realizado tanto por parte del investigador como por la plataforma	SI	Desde Google Scholar Manualmente	SI	Google
 ID Arias Montano	SI Ejemplo de perfil	NO	Registro gratuito: <a href="http://trabida.uhu.es/stepspace/register">http://trabida.uhu.es/stepspace/register</a> Acceso para usuarios registrados: <a href="http://trabida.uhu.es/stepspace/login">http://trabida.uhu.es/stepspace/login</a> Solo miembros de la comunidad universitaria con producción científica UHU	Realizado tanto por parte del investigador como por parte de la BUH Max información	SI	Autoarchivo Archivo delegado a la BUH Podemos solicitar cambios en nuestro perfil a través de la BUH	Estadísticas de descarga y consulta	BUH
 ID Dialnet	SI	Autor código: 1910337	Se asigna de forma automática a todos los autores con una o más publicaciones en Dialnet	Realizado por parte de la plataforma	SI	Solo contiene documentos recogidos por Dialnet Podemos solicitar cambios en nuestro perfil a través de la BUH	Versión beta y solo de las publicaciones indexadas en Dialnet	Fundación Dialnet
 ResearchGate	No, es una red social	NO	Registro gratuito en: <a href="https://www.researchgate.net/signup/SignUp.html">https://www.researchgate.net/signup/SignUp.html</a>	Realizado por parte del investigador	SI	Archivos RIS Manualmente	SI	ResearchGate
 Academia.edu	No, es una red social	NO	Registro gratuito en: <a href="https://www.academia.edu/">https://www.academia.edu/</a>	Realizado por parte del investigador	SI	Archivos RIS Manualmente	SI	Academia.edu

# No es así de simple.

## La identidad digital y visibilidad científica es diversa

### CON MUCHOS MATICES

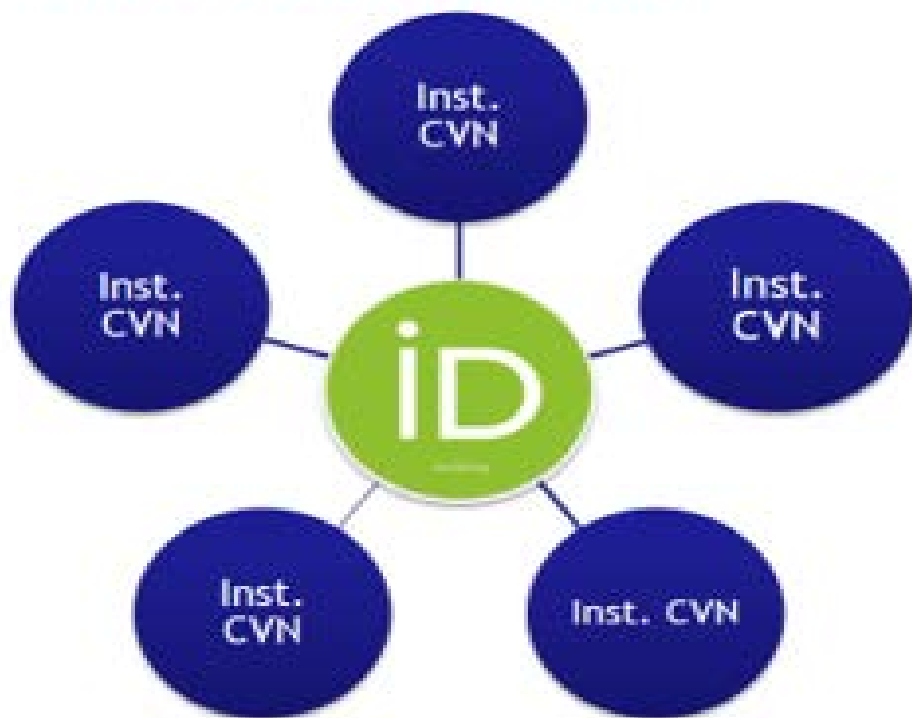
El ecosistema de la producción científica y la comunicación “no quiere” igual todas las disciplinas, hay matices importantes en la visibilidad científica.

**WOS Y SCOPUS** ofrecen buena fotografía de las producciones en ciencias experimentales, ciencias de la salud, ingenierías, pero no tanto en ciencias humanas y sociales.

**GOOGLE SCHOLAR CITATIONS** no le importa la lengua científica, también le interesan otros tipos documentales y disciplinas. Fundamental para investigación en ciencias humanas y sociales.

# ORCID: Elemento integrador

## FUTURO DE CVN: RED CVN



# ¿EN QUÉ ESTAMOS AHORA?

## LA ACTUALIDAD





## Ciencia / Materia

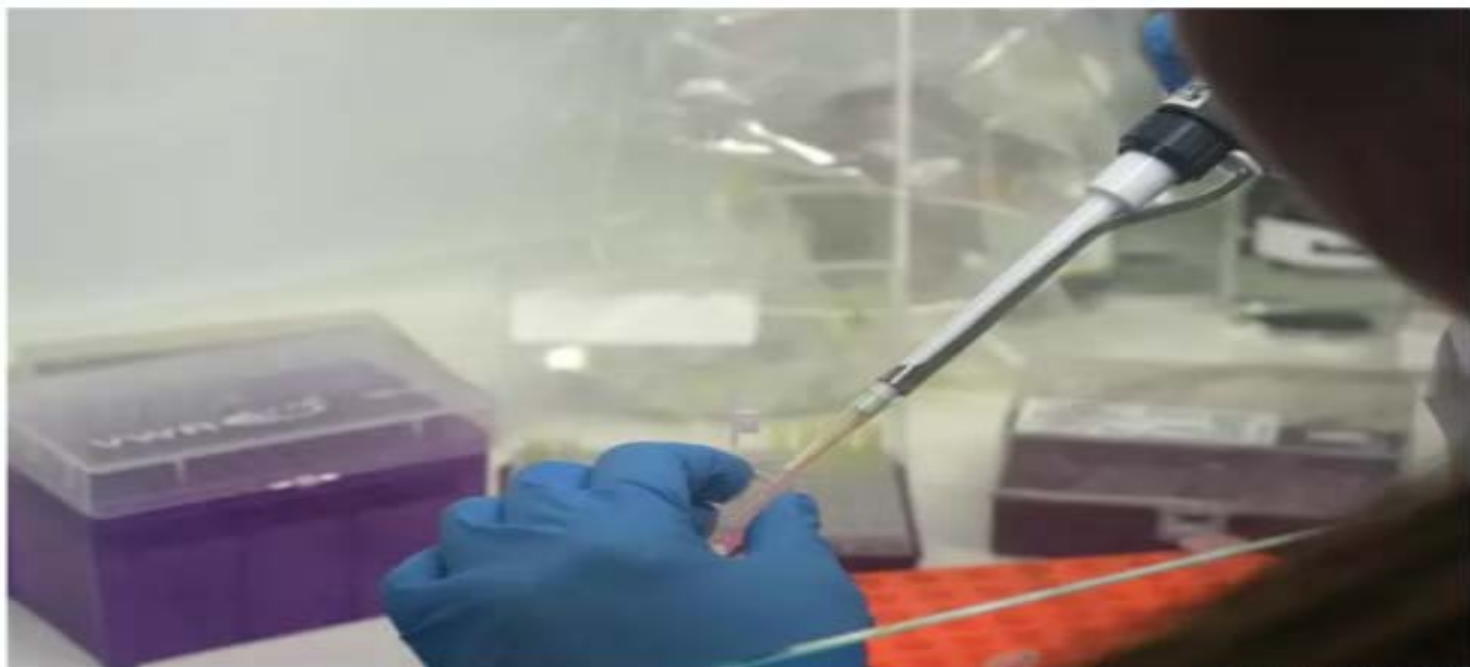
ASTROFÍSICA · MEDIO AMBIENTE · INVESTIGACIÓN MÉDICA · MATEMÁTICAS · PALEONTOLOGÍA · ÚLTIMAS NOTICIAS

ÉTICA CIENTÍFICA >

# Arabia Saudí paga a científicos españoles para hacer trampas en el 'ranking' de las mejores universidades del mundo

Más de una decena de investigadores en España declaran falsamente que su trabajo principal es en instituciones árabes para auparlas artificialmente en las clasificaciones académicas

# Siete investigadores españoles altamente citados cambiaron su afiliación principal a universidades de Arabia Saudí



Archivo - Una científica  
- H.Bilbao - Europa Press - Archivo

Europa Press Ciencia

    Newsletter

Publicado: martes, 18 abril 2023 18:20  
@cienciaplus

El CSIC está analizando el modo en el que se aplicará en la institución la doble afiliación, que regula la Ley de la Ciencia



  
thermicondado

**Comparte tus ideas.**  
THERMICONDADO  
Huelva

[Visita ahora](#)

# Aclarar conceptos, ventajas y desventajas de la multifiliación

<https://listserv.rediris.es/cgi-bin/wa?A2=IWETEL;e9134504.2305a&S=>

Hay que empezar, por lo positivo, por las ventajas. La multifiliación:

- Promueve la movilidad, la investigación y las publicaciones.
- Suele darse especialmente entre investigadores de gran prestigio, entre centros con buenos recursos y habitualmente con prestigio, por lo que es un indicador relevante para la evaluación curricular de los académicos.
- Facilita acuerdos previos de colaboración interinstitucionales que se reflejan inequívocamente en la doble pertenencia de un investigador.
- Permite acuerdos de colaboración institucionales alrededor un académico con prestigio.
- Facilita la construcción de vínculos fuertes entre investigadores e instituciones (Borchgrevink y Scholz, 2013).
- Las afiliaciones múltiples promueven y facilitan la coautoría en la práctica (Lander, 2015),
- Previene la "huida" de buenos investigadores a otros centros: posibilita una cierta compatibilidad y facilita el logro de expectativas personales a los académicos.
- Reduce la carga (administrativa) del uso de la infraestructura de investigación de una institución en comparación con la colaboración a través de la coautoría solamente.
- Permite a los investigadores incrementar (sin hacerse millonarios) sus ingresos con su trabajo. Es un incentivo extra para esforzarse a producir ciencia de calidad, en un sistema (el universitario español) donde faltan incentivos y hasta se "castiga" la excelencia en la práctica.
- Aumenta los recursos para desarrollar investigación, puesto que ambas instituciones suman.
- Permite mejorar la posición en rankings internacionales a las universidades implicadas: incrementa la producción científica de calidad y el número de investigadores altamente citados.
- Facilita el acceso y concurso a convocatorias de investigación que por motivos geográficos estarían restringidas.
- Aumentan la visibilidad y el alcance geográfico de los trabajos científicos.
- Permite a las universidades asociarse el prestigio de los otros centros donde también trabajan sus profesores.

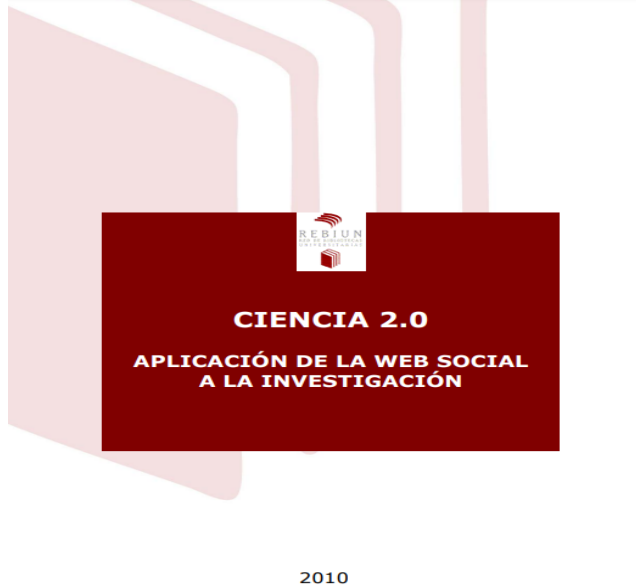
Desventajas:

- Puede producirse una falsa afiliación: una de las dos universidades podría no aportar recursos al común y limitarse a parasitar los recursos de la otra. En este caso, los investigadores implicados se limitarían a conseguir beneficios personales y reaprovechar el trabajo ya realizado.
- Pueden suponer (a medio plazo) para las universidades una fuga de recursos y conocimientos a proteger.
- Compartir recursos humanos puede implicar también una sobreexplotación de recursos propios, como el uso de maquinaria compartida.
- En contextos competitivos, especialmente en multifiliación intrasectorial y doméstica, permite que instituciones que compiten entre sí por los mismos recursos, las instituciones no posean elementos diferenciales significativos.
- En muchos casos la afiliación múltiple conlleva al investigador a sobrepasar la jornada laboral máxima, 9 horas por día. Hay que recordar que los grandes investigadores están más que acostumbrados a estos "excesos".

# Redes sociales, ciencia abierta, 2.0. Web social

- ✓ Para difundir y visibilizar = Impacto y citas
- ✓ Para compartir resultados = Ciencia compartida = luego Open Science
- ✓ Para trabajar colaborativamente = Redes sociales / También e-learning.

# Interés Rebiun desde hace años



Informe y presentación

<https://repositoriorebiun.org/handle/20.500.11967/50>

[https://repositoriorebiun.org/bitstream/handle/20.500.11967/793/xws\\_Ciencia2.0\\_P.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositoriorebiun.org/bitstream/handle/20.500.11967/793/xws_Ciencia2.0_P.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

# ¿PERFILES EN REDES SOCIALES CIENTÍFICAS?



**Muy cambiantes, aparecen y desaparecen. Algunas permanecen**

**Academi.Edu, ResearchGate, LinkedIn, etc.**

**Hay quienes consideran redes sociales también a Mendeley, ORCID, Google Scholar Citations**

**De la rentabilidad online. Rendimiento online**  
**Investigación/ Investigadores y análisis de presencia online.**  
**Posicionamiento, blogs, redes, webs personales**  
**Estar en redes con un objetivo.**  
**Evaluación del investigador: transferencia y divulgación, métricas**  
**alternativas como fuente de actividad investigadora, etc.**



UAM Biblioteca

Biblioteca  
**BiblioGuías**

UAM\_Biblioteca / BiblioGuías / Evaluación de la investigación / Redes sociales académicas

Evaluación de la investigación: Redes sociales académicas

Recursos sobre la búsqueda de indicadores de calidad y los procesos de acreditación y evaluación

Buscar en esta Guía

[Inicio](#) | [Evaluación del profesorado](#) | [Indicadores de calidad de los investigadores](#) | [Indicadores de calidad de las publicaciones](#) | [Altmétricas](#) | [FAQs](#)

Altmétricas: Redes





## ResearchGate

ResearchGate

### Puntos fuertes y débiles



- Google Scholar indexa publicaciones a texto completo añadidas a ResearchGate
- Capacidad de retroalimentación formulando y respondiendo preguntas
- Métricas sobre el uso/acceso a tus publicaciones y a tu interacción dentro de ResearchGate



- Cuestionable legalidad de compartir algunos de los materiales con derechos de autor

### Qué es ResearchGate

#### Qué es ResearchGate

Es una plataforma de investigación y colaboración en línea, una red social académica dirigida a estudiantes, profesores, científicos e investigadores de todas las materias.

#### Su finalidad

Poner a la disposición del investigador diferentes aplicaciones para impulsar de manera efectiva el desarrollo de la cooperación y el intercambio de conocimientos y experiencias, ofreciendo la posibilidad de encontrar a otros investigadores con ideas afines que trabajan en proyectos similares y permitir la colaboración científica entre ellos.

#### Ofrece la posibilidad de:

- Crear y gestionar un perfil de autor
- Consultar su Base de Datos de revistas científicas
- Participar en foros y grupos de discusión
- Hacer un seguimiento de nuestros temas de interés
- Interactuar con otros investigadores del mismo campo y hacer un seguimiento de su actividad científica
- Buscar y ofrecer empleo
- Compartir publicaciones y ganar visibilidad
- Acceder a información sobre eventos del mundo de la ciencia
- Obtener estadísticas y métricas sobre nuestro perfil y publicaciones

# ACADEMIA

Academia.edu

## Puntos fuertes y débiles



- Google Scholar indexa perfiles y publicaciones a texto completo añadidas a academia.edu
- Fácil localización de contactos a través de nuestras redes sociales (FB por ejemplo)
- Notificaciones sobre los grupos, discusiones o publicaciones de nuestro interés



- No permite añadir las citas recibidas desde ePubs o Google Scholar Citations
- Cuestionable legalidad de compartir algunos de los materiales con derechos de autor

## Qué es Academia.edu

Academia.edu es una red social académica gratuita que tiene como objetivo conectar científicos, ofrecerles una plataforma para compartir sus trabajos de investigación y facilitarles el seguimiento de los artículos que son relevantes para sus campos de estudio.

Entre otras cosas, permite:

- Crear y mantener nuestro propio perfil científico que muestra nuestras áreas de interés, publicaciones, datos de contacto, perfiles de otras redes sociales, seguidores,...
- Interactuar con otros investigadores mediante mensajes en la misma plataforma
- Recibir recomendaciones automáticas de artículos e investigadores, según los intereses de investigación y personas a las que seguimos
- Obtener datos estadísticos que permiten medir el impacto de la investigación
- Marcar documentos de interés para leerlos más tarde
- Subir y compartir documentos en diferentes formatos



Desde un punto de vista bibliotecario, usos

.- Altmétricas

.- Alertas de producción científica

.- Consultas, apoyo al investigador, propiedad intelectual, políticas de acceso abierto

.- Apoyo a la visibilidad

Métricas alternativas: Redes sociales académicas

Presentación Agregadores de métricas **Redes sociales académicas** Las métricas alternativas como instrumento de medición Ventajas e inconvenientes Bibliografía

Buscar en esta Guía Buscar

**¿Qué es una red social académica?**

Las redes sociales académicas (ResearchGate, Academia.edu) son entornos sociales y virtuales para científicos, donde pueden compartir recursos e información, así como contactar y seguir la actividad de colegas más allá de congresos y talleres de trabajo. Estas redes sociales generan una serie de **métricas alternativas sobre el uso y rendimiento interno de los perfiles de usuarios y los contenidos que producen y añaden dentro de cada plataforma.**

**ResearchGate**

Altmétricas a nivel de publicación Altmétricas para autores y organizaciones



Es la red social más completa y la más activa, pues sus usuarios y contenidos aumentan a un ritmo muy alto.

Desde el punto de vista alométrico, es también la que proporciona mayor cantidad de indicadores y métricas de distinto tipo desde bibliométricos, a de uso y conectividad. Ahora bien, su limitación radica en que se circunscriben a la propia red, lo cual rebaja notablemente su interés.

Para cada artículo/publicación recoge las citas, lecturas y recomendaciones que ha generado. En términos alométricos, la sección más interesante es la de Estadísticas (Stats), aunque es necesario estar registrado. Mediante una gráfica (que puede visualizarse semanal, mensual o anual) representa la evolución de los indicadores más importantes a nivel de usuario: **Research Interest** (interés suscitado por el perfil y sus publicaciones); **lecturas** (número de artículos del autor leídos/visitos/descargados por otros usuarios); **citas** y **recomendaciones** recibidas.

Finalmente, muestra el número total acumulado para cada uno de estos indicadores.

**Academia.edu**

Métricas alternativas para documentos Métricas alternativas para autores



Academia.edu es la plataforma para científicos con mayor número de usuarios, aunque no todos son investigadores.

Para cada documento que se sube a esta red social, presenta métricas que describen el uso e impacto de la publicación en el sitio:

- **Visualizaciones (Views)**: número de veces que un documento ha sido visitado por otro perfil.
- **PaperRank**: el valor de las recomendaciones que ha recibido un artículo, sopesado por el AuthorRank de los usuarios. Además, incluye la lista de perfiles que ha realizado un comentario sobre el artículo.
- **Recomendaciones**: número de perfiles que han recomendado el servicio.

The Story of Academia.edu



# Fuentes

Las redes sociales académicas y generalistas son fuentes de datos para las altmétricas.

A) Academia.Edu: usuarios que han visto tu perfil y usuarios que han visto tus trabajos. Estadísticas básicas de visitas y descargas. Otras: <https://biblioguias.ucm.es/academia/estadisticas>

B) ResearchGate: es más rico en métricas, tiene estadísticas generales, históricas y RG Score

Además, desde la pestaña "Score" se accede a la siguiente información:

1. RG Score: indicador propio que resume tanto la popularidad (visitas al perfil y a las publicaciones, descarga de artículos y número de seguidores) como el compromiso con la comunidad ResearchGate (grado de interacción a través de la sección "Preguntas y Respuestas", comentarios, recomendaciones, ...).
2. Percentil RG Score: posición relativa o percentil del investigador dentro de la comunidad de acuerdo a su RG Score.
3. Índice h.
4. Índice h sin autocitas.
5. Top h cited research.

## ¿Por qué ellas tuvieron ese éxito que no conseguían nuestros repositorios?

- Fácil, rápida y sencilla interacción con el autor.
- Alertas al investigador de nuevas publicaciones suyas.
- Popularidad.
- Facilidad de uso.
- Conexión entre investigadores de distintas instituciones.

## De repositorios académicos, redes sociales académicas y demás ecosistema: elementos de fidelización con el usuario

**José Carlos Morillo Moreno**

Área de Producción Científica, Proceso Técnico y Automatización, Biblioteca Universitaria de Huelva

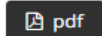
<https://orcid.org/0000-0003-0336-1795>

**DOI:** <https://doi.org/10.33349/2020.100.4638>

**Palabras clave:** Acceso abierto, Ciencia abierta, Investigación, Redes sociales académicas, Repositorios institucionales, Universidad de Huelva

### Resumen

Breve análisis, tomando como referencia la experiencia del Repositorio Arias Montano, repositorio académico y científico de la Universidad de Huelva, relativo a los elementos que parecen sustentar la fidelización de los usuarios con el repositorio. Se compara de manera general con los elementos de fidelización que despliegan las redes sociales académicas con sus usuarios, intentando remarcar los que parecen ser puntos fuertes en cada caso. En la UHU asignamos gran relevancia a elementos como la política institucional, la formación del investigador/a y el asesoramiento en estrategias personales y colectivas. La cuestión vinculada al impacto de la



Publicado  
2020-04-17

Número  
[revista PH 100 \(2020\)](#)

REVISTA  
**PH**  
ISSN 2340-7565

Enviar un artículo

### Idioma

English

Español (España)

### Información

Para lectores/as

Para autores/as

Para bibliotecarios/as

Para revisores/as

Platform &  
i i i

# Redes sociales generalistas

Presencia en la web: investigadores en internet, “rentabilidad online”

**Twitter, Instagram, LinkedIn**

**Muy interesantes. Están comenzando a formar parte del Internet visible.**

**Cuida tu imagen, deben responder a tu mejor foto.**

**No mezcles con tus redes personales, opiniones políticas, de otro tipo. Para eso usa otra identidad.**

**Repositorio conectado a través de twitter.**

# ESTUDIO DE REDES SOCIALES 2022

**iab** spain  
#IABSpainRRSS

Patrocinado por:

**epsilon**  
Technologies

18 de Mayo 2022

Elaborado por:

  
eLOGIA



SERVICIO DE BIBLIOTECAS  
UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA

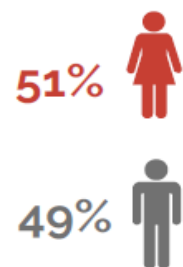




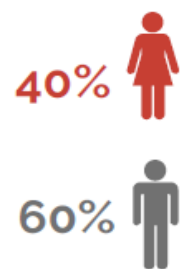
# Usuarios vs. No usuarios

Usuario

## Género

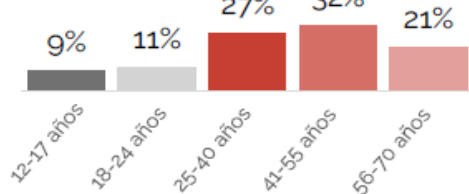


No Usuario

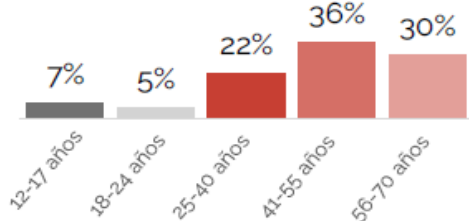


## Edad

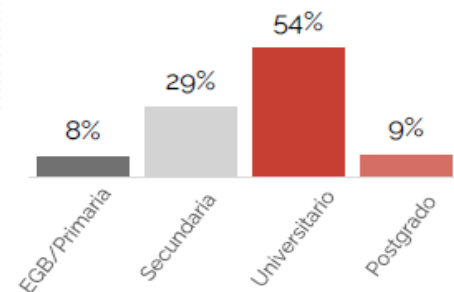
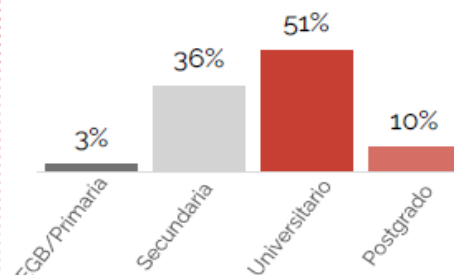
Edad Promedio: 41 años



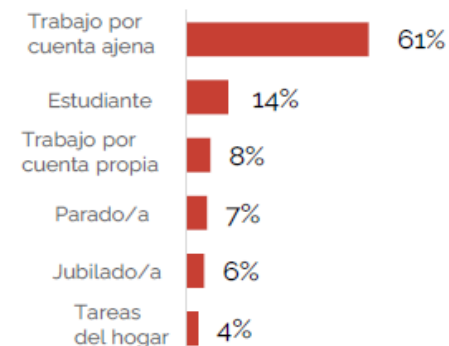
Edad Promedio: 46 años



## Educación



## Ocupación

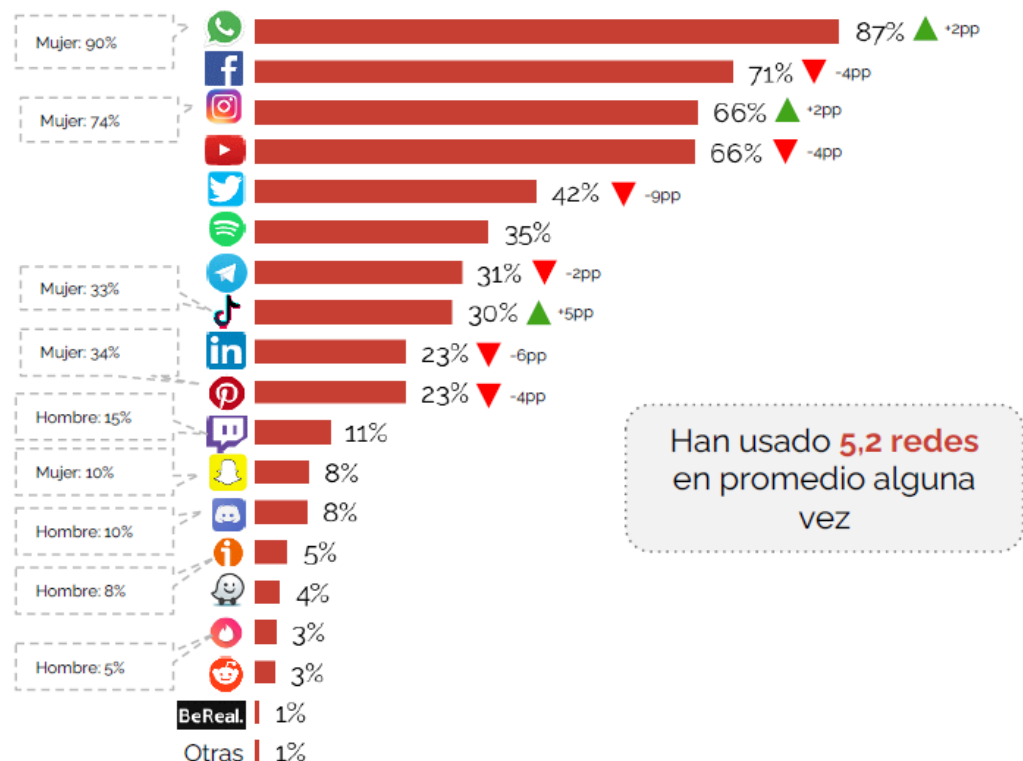


Estudio Anual Redes Sociales 2022

Internet y las redes sociales han cambiado radicalmente la forma de comunicarse, dialogar y relacionarse en nuestra sociedad actual. Cada vez son más los que se informan, incluso exclusivamente, a través de ellas

## Uso redes | Alguna vez

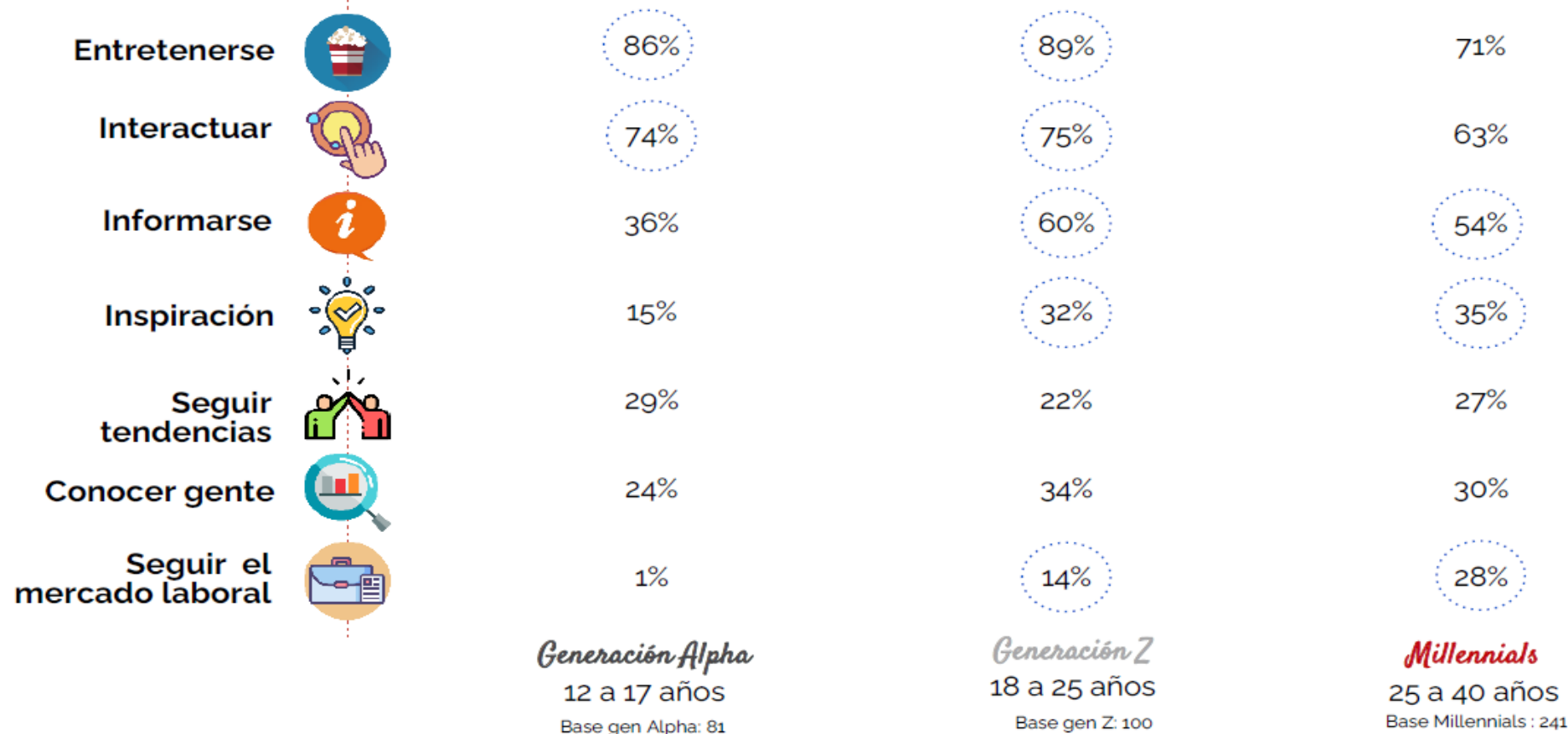
iab spain  
#IABEstudioRRSS



- **Whatsapp** se mantiene como la **red social con más usuarios**, seguida de **Facebook e Instagram** (que **crece** vs 2021 (64%) y 2020 (59%) y consigue igualar a Youtube).
- **TikTok** es la red que **más crece en usuarios** (+5pp vs 2021 (25%) y +13pp vs. 2020 (16%)).
- Actualmente, los usuarios utilizan **5,2 redes** en promedio. Sin diferencias significativas respecto al 2021 (5,4 redes).

Estudio Anual Redes Sociales 2022

# Generación Alpha vs Z vs Millennials | Acciones realizadas



Los usuarios de 18 a 40 años destacan en la mayoría de usos, especialmente por el uso de redes para inspirarse, informarse y seguir tendencias.

Estudio Anual Redes Sociales 2022

En la IX Encuesta de Percepción Social de la Ciencia realizada por FECYT, se pone de manifiesto que **Internet y las redes sociales son ya la principal fuente de información sobre ciencia** para las personas de entre 15 y 44 años.

Algunos científicos consideran que **las redes sociales generalistas y la ciencia son la pareja perfecta**. Las redes sociales permiten mantener relaciones más cercanas entre los científicos y la sociedad y son una herramienta perfecta para multiplicar la visibilidad y crear una buena reputación. Además, son los medios que tienen más facilidad para viralizar los contenidos.

## Medios de información sobre Ciencia y tecnología



A continuación voy a leerle distintos medios de comunicación. Nos gustaría saber a través de qué medios se informa usted sobre temas de Ciencia y tecnología.

Cifras en porcentaje sobre el total.

LEYENDA:

1ª CITA  
TOTAL CITAS



**Internet** es el medio más citado en primer lugar para informarse sobre Ciencia y tecnología y, por primera vez, también el más utilizado teniendo en cuenta el total de citas. Le sigue a cierta distancia la **Televisión**. Tras estos medios se sitúan la **Radio**; los **Libros**, las **Revistas de divulgación científica o técnica** y la **Prensa en papel**.

Internet, los libros y las revistas de divulgación científica o técnica avanzan como medios para informarse de la Ciencia y tecnología, mientras que retroceden la televisión, la radio y la prensa en papel.

En lo relativo a la edad, el uso de internet y los libros es mayor a medida que esta desciende, mientras que el uso de la prensa y la radio es mayor a medida que la edad aumenta. En lo que respecta a la televisión y las revistas de divulgación no hay diferencias destacables entre grupos de edad.

Mientras que el uso de internet, prensa en papel y revistas de divulgación aumenta a medida que se incrementa el nivel formativo, la radio y la televisión son más utilizados cuando el nivel de estudios es menor.

# REDES SOCIALES Y DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

CUESTIONES VINCULADAS A EVALUACIÓN. PERFILES EN REDES SOCIALES. REPUTACIÓN CIENTÍFICA.



**GUÍA DE VALORACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE  
DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DEL PERSONAL  
ACADÉMICO E INVESTIGADOR**

Pleno Sectorial I+D+i CRUE  
Mallorca, 30 Noviembre 2018

	Indicios de calidad	Puntuación
<b>Publicaciones y recursos</b>		
1 libro	Editorial nacional de prestigio. Venta en librerías. (150 páginas) ISBN	8
1 Capítulo de libro	Capítulo de 8 páginas. En libro con ISBN de Editorial universitaria.	2
1 Artículo de divulgación	En un medio de prensa a nivel nacional.	2
1 Exposición	Coordinador de una exposición organizada por la universidad (presenta certificado expedido por la universidad)	5
<b>Medios audiovisuales e Internet</b>		
Asesoramiento a periodistas (Fuente Informativa)	Certificado de la unidad de divulgación de la universidad en la que consta que ha realizado una actividad de asesoramiento de forma regular (cuando se le ha requerido) durante 5 cursos académicos.	5
Participación en un programa de radio	Ha participado en 6 emisiones de un programa a lo largo de un curso académico	8
Blog corporativo de la universidad	Participación activa en un blog de la universidad	5
Redes sociales	Cuenta personal en Twitter dedicada a la divulgación de temas científicos con centenares de seguidores	3

## Ejemplo práctico

<b>Actividades interactivas y concursos</b>		
1 Curso	Curso organizado por la universidad. Participación como docente. Encuesta satisfactoria.	2
3 Conferencias	2 conferencias en eventos organizados en la universidad y 1 en evento a nivel nacional	(2x 1) + (1 x 2)= 4
1 Noche de la Ciencia	Participación	1.5
<b>Premios</b>		
<b>Proyectos</b>		
1 Proyecto de divulgación	Participación en un Proyecto financiado por FECYT	2.5
<b>Otros</b>		
<b>Total</b>		<b>48</b>

# Egosurfing

*«Lo que no quieras que aparezca no lo publiques»*

Esta es la clave... si no quieres que aparezca algo sobre tí:

1. No lo publiques.
2. Que no lo publiquen otros.

Y sobre todo vigila de forma continuada tu presencia en la red. Para ello hay una herramienta importante que nos proporciona Google que son las alertas.

Si creas una alerta con tu nombre, recibirás un correo electrónico cada vez que aparezca un nuevo registro en esta búsqueda y así no tendrás que estar haciendo «ego surfing» de forma continuada.

## DE CUANDO EN CUANDO EGOSURFING o hazte una alerta

Chequear tu visibilidad

<http://dravila.es/ego-surfing>

