

RECOMENDACIONES PARA EL USO DE LAS REDES SOCIALES POR INVESTIGADORES EN ESPAÑA



Comscienzaeduspain

Elaborado por:
Prof. Elias Saïd-Hung
Profa. Ma. Adoración Merino
Profa. Marta Sánchez Esparza

2022

Proyecto (FCT-20-15761)
ejecutado con la colaboración de:



Índice

- 02** Entidades ejecutora y participantes
- 03** Resumen metodológico
- 04** Perfil de participantes
- 05** Recomendaciones
- 08** 5 Claves para transmitir información científica
- 09** 3 Formas de generar 'Engagement'
- 10** Almetricas
- 11** Ventajas y desventajas de las Almetricas
- 12** Principales herramientas para Almetricas
- 13** Algunos ejemplos de visualización de Almétricas
- 14** Agradecimientos

Entidades ejecutora y participantes

Entidad ejecutora



Entidades participantes



Universida de Vigo



Resumen metodológico



Pilotaje de instrumentos

Se identificaron un total de 5.314 investigadores vinculados a instituciones de educación superior en España, en los 12.044 trabajos académicos indexados en Scopus y WoS, con la palabra clave Education, entre 2016 y 2020.

67 investigadores universitarios participaron, 45 completaron la encuesta en esta fase

Validación por 10 expertos de entrevista a profundidad aplicada

- Alfa de Cronbach de 0.885 en encuesta diseñada
- Ajustes puntuales para mejorar la comprensión y claridad de preguntas en entrevista diseñada

Trabajo de campo

487 investigadores, de un total de 791 profesores que participaron en el estudio ($e=3,1$ y $1-\alpha=95\%$)

20 investigadores entrevistados

- Identificación de los principales aspectos tenidos en consideración por los investigadores dedicados a la actividad científica en materia educativa, al momento de llevar en marcha estrategias de comunicación y de diseminación científica en las redes sociales.
- Percepción, hábitos de uso, acceso y forma en que se emplean las redes sociales para el desarrollo de estrategias de comunicación y diseminación científica.

Perfil promedio de los investigadores participantes

La muestra de investigadores tenían (en promedio) las siguientes características sociodemográficas y laborales

Edad comprendida entre los 41 y 50 años de edad

Con título de doctorado, obtenido entre 11 y 15 años

Con acreditación otorgada por la Agencia Nacional de Acreditación en España (ANECA), principalmente la de Profesor Contratado Doctor o de Universidad Privada

Con al menos un sexenio (vivo) reconocido por la CNEAI/ANECA

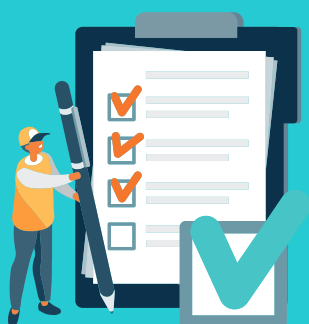
Vinculado, al menos, a un grupo de investigación adscrito a una universidad española

Trabajan mayoritariamente en instituciones universitarias públicas en España



RECOMENDACIONES

A continuación, destacamos algunas recomendaciones que esperamos ayuden a los investigadores, para favorecer el mayor uso de las redes sociales, para la comunicación y diseminación de la ciencia.



Evalúa tu mentalidad digital
¿Qué visión tienes de las RRSS? ¿Aprovechas las herramientas digitales para compartir y acceder a otras investigaciones?

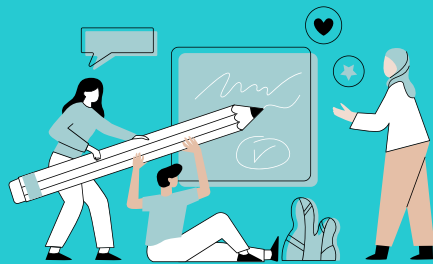
Enfócate en el usuario.
Háblale en su idioma o lenguaje, que faciliten la comprensión de estos.
Incluye elementos gráficos, que te ayuden a explicar brevemente el conocimiento que transfieres



Crea redes colaborativas que aporten valor al trabajo de investigación que realizas o aporte valor a otros usuario que te siguen

RECOMENDACIONES

Define tu propuesta de valor
¿Qué es lo que hace valioso el
Saber que genero para
profesores no universitarios
y para la escuela?



Planifica tus mensajes.
Define a qué público quieres
llegar, qué objetivo quieres
lograr y concreta cómo medir
los resultados de estos
mensajes (Almetricas)

Busca formación específica sobre cómo
funcionan las redes sociales y cómo sacar más
provecho de estos escenarios para la
comunicación y diseminación de Saberes
generados por tu actividad como
investigador/a



RECOMENDACIONES

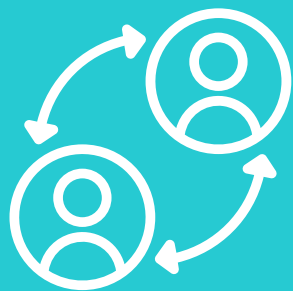


Usa los Hashtag y menciones dentro de los mensajes que publiques en redes sociales para favorecer el contacto de este contenido, por parte de comunidades de interés

Comparte tus perfiles de redes sociales académicas (ej. ResearchGate) en redes sociales generalistas para favorecer una mayor visibilidad de tu trabajo, en comunidades de interés, no familiarizados con este tipo de espacios especializados



Verifica si tu presencia en las redes sociales, como comunicador y diseminador de conocimiento, está generando "Compromiso" con los usuarios que acceden a tus perfiles.





Descubre nuevas narrativas. Observa a influencers académicos en tu campo y aprende de ellos



5 Claves para transmitir información científica

1	Que sea comprensible y accesible para todos los sectores sociales implicados. El objetivo no es solo difundir, sino alcanzar a la sociedad con esos mensajes
2	Que estimule la curiosidad por saber más
3	Que traslade los nuevos avances científicos y los resultados de investigación
4	Que se realice durante el ciclo de vida completo del proyecto, en todas las fases, y no solo en la fase de resultados
5	Que aporte transparencia a la gestión de los recursos en los proyectos financiados con dinero público

3 Formas de generar 'Engagement'

	<p>Empodera al usuario: ayúdale a resolver problemas de su vida diaria</p>
	<p>Encandila al usuario mediante experiencias estimulantes: juegos, diseños agradables a la vista, imágenes emocionales</p>
	<p>Enriquece al usuario:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Ofrece oportunidades para que se exprese y tenle en consideración.2. Genera sentido de pertenencia a una misma comunidad3. Aporta beneficios trascendentes, que aporten valor a la sociedad.

Almetricas

¿Qué son las Almétricas?

Aparecen en 2010, a partir del [Almetrics manifiesto](#), el cual destaca la creciente relevancia y necesidad en medir el impacto que tienen los investigadores y los trabajos generados por estos, a través de la información que está disponible de estos en las redes sociales, especializadas y generalistas, así como en otras plataformas (ej. web institucionales, editoriales y repositorios).

Son métricas y datos cualitativos que complementan las métricas bibliométricas tradicionales, como por ejemplo el factor de impacto, empleado por revistas científicas o las citas personales (índice h). Estas métricas pueden incluir, por ejemplo:

- Revisiones por pares.
- Citas en Wikipedia.
- Citas en documentos de políticas públicas.
- Debates en blogs de investigación.
- Cobertura recibida en principales medios.
- Presencia en marcadores.
- Menciones en redes sociales (ej. Twitter)

Las principales fuentes que nutren las Almetricas provienen de internet, donde se brindan información sobre la frecuencia con la que se discuten y utilizan en todo el mundo, artículos de revistas y otros resultados académicos. Por esta razón, las Almétricas están teniendo un creciente avance en el mundo académico, en especial en web institucionales, repositorios institucionales y sitios webs de revistas, entre otros.

Ventajas y desventajas de las Almetricas



Mide el impacto real del artículo, no el de la revista.

Ayudan a medir el impacto en tiempo real.

Fáciles de utilizar y de entender.

Abarca todo tipo de materiales académicos, no solo artículos de investigación.

Muestran el interés del trabajo académico en los medios sociales.

Toman datos de todo tipo de medios y plataformas.



El seguimiento es difícil a menos que se cite la URL persistente del trabajo (DOI, handle, ISBN, PubMed ID, etc).

No están normalizadas en el mundo académico, aún.

Son fácilmente manipulables, a través de usuarios ficticios, bots, etc.

Las plataformas y sitios sociales pueden desaparecer y, con ellos, los datos.

Los usuarios pueden darse de baja de dichos sitios y retirar los trabajos citables y/o las menciones.

Los datos que recopilan no tienen el mismo peso, tanto a nivel de la interacción como a nivel del usuario y medio.

No sirve para compara áreas de conocimiento.

Las altmétricas no distinguen lo cuantitativo de lo cualitativo.

Principales herramientas para Almetricas



Es un servicio de pago, que tiene una versión premium, que permite ver las métricas de cualquier artículo en internet. Si deseas incluir una insignia a tu artículo puedes ingresar [aquí](#). Más información en: <https://www.altmetric.com/>



Pertenece a la empresa OurResearch, orientada a la creación de herramientas de acceso abierto. Permite crear un perfil de impacto de los investigadores, más allá de las citas tradicionales. Más información en: <http://impactstory.org/>



Es desarrollado por la empresa Ebsco y en la actualidad pertenece a la editorial Elsevier, y ayuda a contabilizar métricas integradas en las diferentes bases de datos asociadas a esta editorial (ej. Scopus). Más información en: <https://plumanalytics.com/>



Es un servicio orientado a ayudar a investigadores, instituciones y editores con el fin de aumentar la visibilidad e impacto de sus publicaciones científicas. Ello, a través de herramientas que brinda a sus usuarios para dar a conocer sus artículos a través de las redes sociales. El registro a investigadores es gratuito y los materiales se distribuyen bajo licencia CC-BY. Más información en: <https://www.growkudos.com/>

Algunos ejemplos de visualización de Almétricas



OVERVIEW ACHIEVEMENTS TIMELINE PUBLICATIONS

ACHIEVEMENTS [view all](#)

- Open Access** Top 50%
83% of your research is free to read online. This level of availability puts you in the top 3% of researchers.
- Wikistatic** Top 15%
Your research is mentioned in 2 Wikipedia articles! Only 19% of researchers are this highly cited in Wikipedia.
- Greatest Hit**
Your top publication has been saved and shared 3 times.

TIMELINE [view all](#)

13 Online mentions over 2 years

PUBLICATIONS [view all](#)

- La producción científica en el estudio de experiencia de usuario en educación
2020 *Transformação*
3
- La orientación ideológica de los mensajes publicados en Twitter durante el 24M en España
2017 *Palabra Clave - Revista de Comunicación*
3
- Social Networks, Cyberdemocracy and Social Conflict in Colombia
2017
2

7

Summary | Twitter | Facebook

You are seeing a free-to-access but limited selection of the activity Altmetric has collected about this research output. [Click here to find out more.](#)

Title: Astroturfing as a strategy for manipulating public opinion on Twitter during the pandemic in Spain
Published in: *El Profesional de la Información*, June 2022
DOI: 10.3145/epi.2022.may.10 [View on publisher site](#)
Authors: Sergio Arce García, Elise Said-Hung, Doris Montañana [Alert me about new mentions](#)

Twitter Demographics | **Attention Score in Context**

The data shown below were collected from the profiles of 8 tweeters who shared this research output. [Click here to find out more about how the information was compiled.](#)



Prof. Elias Said-Hung
 Universidad Internacional de La Rioja
 Professor, Communication & Media Studies
 Spain

Find me at: [ORCID](#) [Scopus](#) [Publons](#) [ResearchGate](#) [Crossref](#) [PubPeer](#) [Publons](#) [ResearchGate](#) [Crossref](#) [PubPeer](#)

My Publications

- Astroturfing as a strategy for manipulating public opinion on Twitter during the pandemic...**
El Profesional de la Información
June 2022
- Educación superior virtual en Colombia: factores asociados al abandono**
Educación XXI
January 2022
- Educación superior virtual en Colombia: factores asociados al abandono**
Educación XXI
January 2022
- Gamificación, motivación y rendimiento en educación: Una revisión sistemática**
- rol de los centros educativos en la prevención del ciberacoso**
- Méndez Rubio, Antonio (2019): Abordajes. Sobre comunicación y cultura.** *Temun*

Agradecimientos

Se agradece a todos/as los/as participantes del proceso de ejecución del proyecto Comscienciaeduspain

Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología – Ministerio de Ciencia e Innovación, por el financiamiento del proyecto.

Investigadores e instituciones a cargo del proyecto.

Empresa ESPOSSIBLE S.L. por el apoyo al procesamiento de los datos.

Investigadores de instituciones de educación superior en España que participaron en el levantamiento de los datos analizados en este proyecto.

Gracias por todo vuestro apoyo y esfuerzo...

contacto

IP - Dr. Elias Said-Hung

<https://comscienciaeduspain.es/>
elias.said@unir.net