

# Congreso H

organismos públicos colaboradores



Centros de Arte,  
Cultura y Turismo  
Cabildo de Lanzarote



Cabildo de Lanzarote



Ayuntamiento  
de Tías



Puerto de  
Tías



Las redes sociales como clave  
estratégica para diseminar el  
conocimiento científico del  
profesorado investigador en  
España

Marta Sánchez Esparza. Universidad Rey Juan Carlos.  
Dory Merino. Universidad Internacional de La Rioja  
(UNIR).

**LANZAROTE** — [www.congresoh.com](http://www.congresoh.com)

Congreso Internacional de  
comunicación, medios audiovisuales y  
análisis en España y Latam

**#CongresoH2023**

# Índice



- 1. INTRODUCCIÓN
- 2. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN
  - 2.1. MARCO TEÓRICO
  - 2.2. DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN
  - 2.3. IMPLEMENTACIÓN DE LA INNOVACIÓN
- 3. CONCLUSIONES



COMSCIENCIA  
EDU  
SPAIN

Comunicación y diseminación científica, en materia educativa en España, a través de las redes sociales.

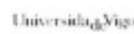
Con la colaboración de:



Entidad ejecutora:



Entidades participantes:

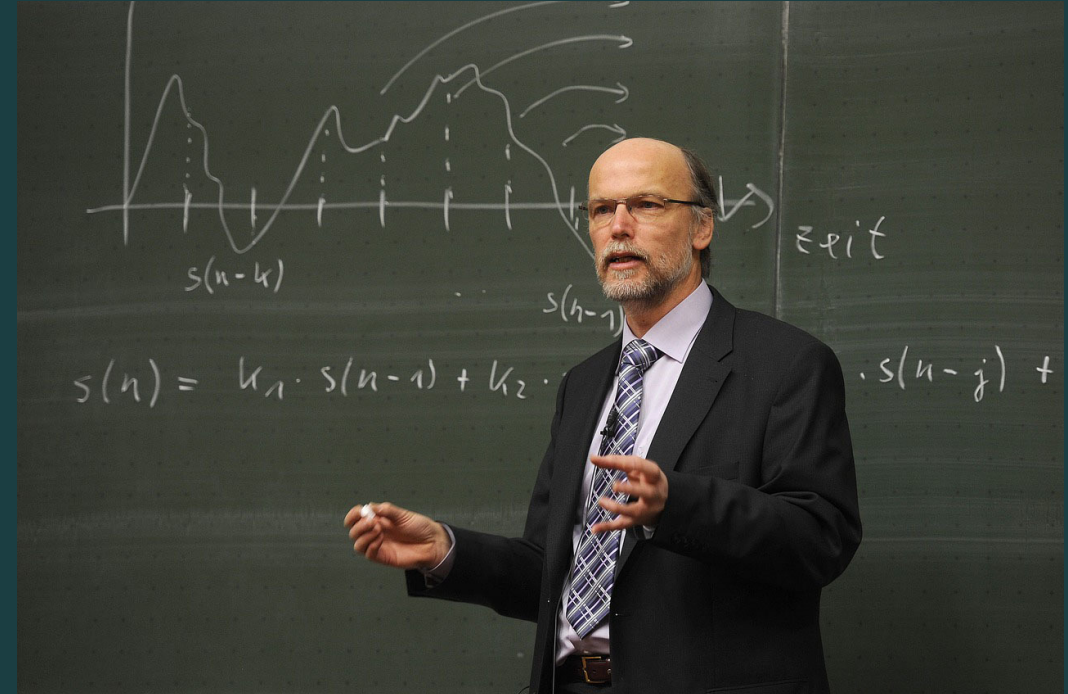


## PROYECTO COMSCIENCIAEDUSPAIN

Proyecto Comunicación y diseminación científica, en materia educativa en España, a través de las redes sociales (FCT-20-15761). Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología - Ministerio de Ciencia e Innovación: mejorar estrategias de comunicación y diseminación científica a través de redes sociales.

## Introducción

- Proyecto enero-diciembre 2021
- Dos colectivos:
  - Personal docente e investigador de universidades españolas (públicas y privadas): 122.910 profesores (publicado últimos 5 años en revistas académicas en WoS y Scopus, con la palabra clave Education).
  - Profesionales dedicados a la educación obligatoria en España (más de 650.000).



## Metodología

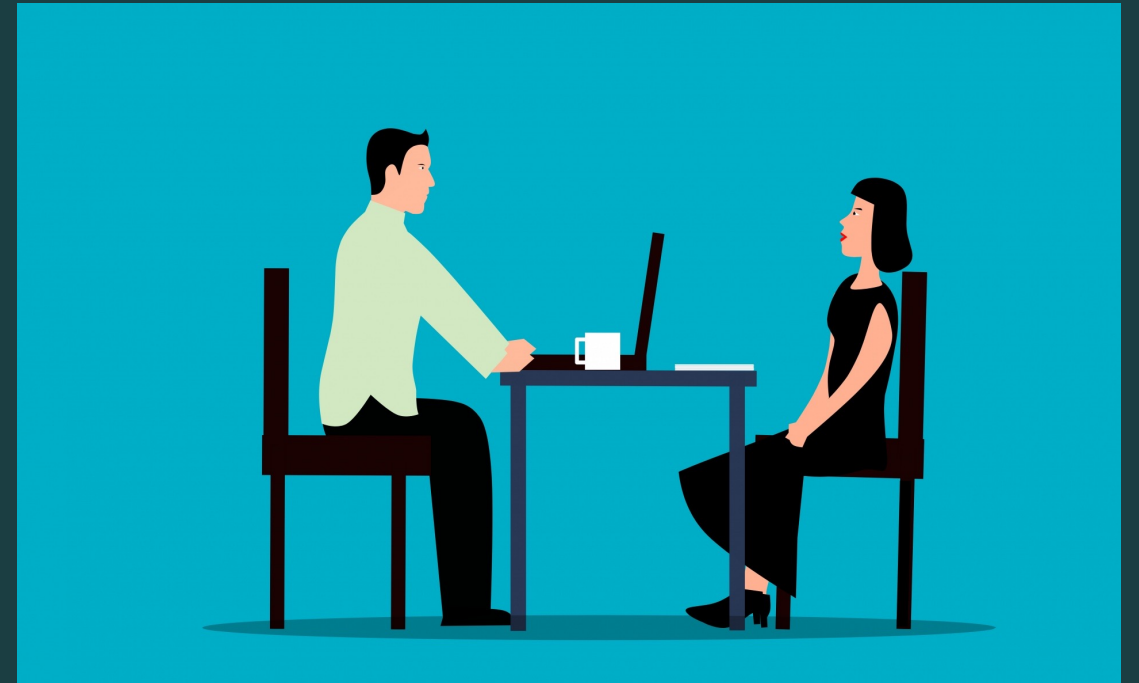
- Investigación cualitativa: encuesta a 533 investigadores que han publicado en WoS y Scopus con la palabra clave *Education*.
- Entrevista personal a 67 docentes universitarios, más a otros 40 profesionales dedicados a la educación obligatoria.
- Aplicación del Alfa de Chronbach para mostrar la fiabilidad y la consistencia interna entre variables.



## Metodología

Además, entrevista semiestructurada 20 investigadores de 149 que manifestaron interés por participar (noviembre, diciembre de 2021 y enero de 2022).

La entrevista fue validada por expertos o investigadores del área comunicación y/o educación, que habían publicado y/o investigado en los últimos cinco años (2017-2021) sobre temas asociados al proyecto Comscienciaeduspain.



## Desarrollo: el marco

La comunicación científica cambió en 2016: las redes sociales se convirtieron en la fuente más consultada para informarse sobre ciencia (FECYT, 2021)

Internet es la segunda fuente de los consumidores de información científica, por detrás de la televisión.

Revistas especializadas en investigaciones científicas –y académicas- siguen a la cola (Rodríguez-Fernández, Sánchez-Amboage y Martínez-Fernández, 2018; Wilkinson y Ashcroft, 2019).



## Desarrollo: el marco

Redes sociales: clave diseminación del conocimiento científico de los profesores-investigadores.

Pero su uso para la promoción científica y para el desarrollo de prácticas educativas en España sigue siendo bajo (Rodríguez-Fernández, Sánchez Amboage y Martínez-Fernández (2018).

El uso de redes sociales como Twitter puede incrementar hasta once veces las posibilidades de que un artículo sea citado (López y Olvera, 2019).





## Descripción de la innovación

**OBJETIVO GENERAL:** medir impacto estrategias comunicación y diseminación científica en RRSS de docentes investigadores en España.

**OE1:** Estimar la utilidad que dan investigadores a la comunicación y diseminación resultados científicos en materia educativa a través de RRSS.

**OE2:** Identificar rasgos de estrategias de comunicación y de diseminación científica en las redes sociales.

**OE3:** Determinar canales de los profesionales dedicados a la educación obligatoria en España, para el acceso al conocimiento científico.

**OE4:** Establecer el papel que ejercen RRSS acceso al conocimiento científico, por los profesionales dedicados a la educación obligatoria en España.



# Implementación de la innovación

Propuesta estratégica para impulsar a los investigadores universitarios en la divulgación del conocimiento generado, a través de las redes sociales.

Se vertebra a través de unas estrategias concretas para sacar mayor partido al trabajo del investigador con las nuevas herramientas digitales.



# Estrategias para la divulgación científica en RRSS:

## 1. Cambio de mindset Test de autoevaluación

1. **Qué percepción tengo sobre las redes sociales:**
  - **Moda efímera**
  - **Escaparate para exhibir logros y éxitos**
  - **Pérdida de tiempo**
  - **Me exigen un dominio técnico que las convierte en algo solo para expertos**
  - **Prefiero dejarlas en manos de otros**
  - **Las he integrado en el día a día como herramienta de comunicación profesional**
  - **Tengo perfiles, pero no los uso**
  - **No tengo perfiles más que en redes profesionales**
1. **Si pienso en el nombre de las principales redes sociales, ¿cuántas recuerdo? ¿Sé la utilidad que tiene cada una? ¿Y los públicos a los que llega?**

1. **Internet es para mi**
  - **Una gran fuente de conocimiento accesible**
  - **Un lugar en el que probar innovaciones**
  - **Un medio de comunicación similar al resto**
  - **Una vía de entretenimiento**
  - **Un modo de conectar con personas de todo el mundo**
  - **Algo a lo que apenas le saco partido**

1. **¿Conozco la cultura del acceso abierto?**

1. **¿Comparto datos y accedo a datos útiles para mis investigaciones a través de la red?**

## Estrategias para la divulgación científica en RRSS: 2. El valor de los datos



ACCESO ABIERTO: Cualquier usuario dispone de información especializada, coteja estudios, e incluso elabora prototipos e investigaciones a través de internet.

Comunidad científica se suma Open Access, que facilita sociedad acceda investigaciones científicas, los investigadores logren máximo impacto y editoriales y bases de datos científicas garanticen estándares de calidad.

## Estrategias para la divulgación científica en RRSS:

### 3. Nuevo ecosistema de aprendizaje: el saber es de todos

Intercambio de conocimiento en el mundo digital: ecosistema ideal para la innovación basada en el aprendizaje continuo y la experimentación rápida.

El saber = patrimonio colectivo

Hacer parte a los públicos de trabajos e investigaciones, involucrándolos en la consecución y divulgación de los resultados



# Estrategias para la divulgación científica en RRSS:

## 4. Revisar la propuesta de valor

El divulgador de ciencia no puede seguir ofreciendo lo mismo que en el mundo analógico: ¿qué oportunidades ofrece este nuevo entorno? ¿Cómo adaptar el lenguaje científico? ¿Qué formas de narrar logran un mayor impacto en el ámbito digital sin desvirtuar los contenidos científicos?

## Estrategias para la divulgación científica en RRSS:

### 5. Trabajo colaborativo

Aprovechar el prestigio social que se ha acrecentado gracias al desarrollo del trabajo científico colaborativo en internet en los últimos años, en especial a raíz de la pandemia.

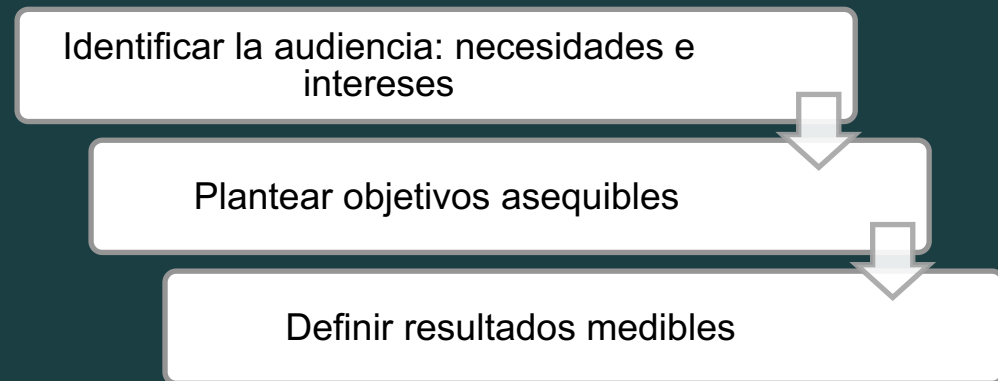
La influencia del divulgador científico dependerá del valor que aporte al resto de usuarios, en forma de conocimiento compartido y de redes colaborativas.

# Estrategias para la divulgación científica en RRSS:

## 6. Planificación y segmentación

Calendarizar acciones de comunicación.

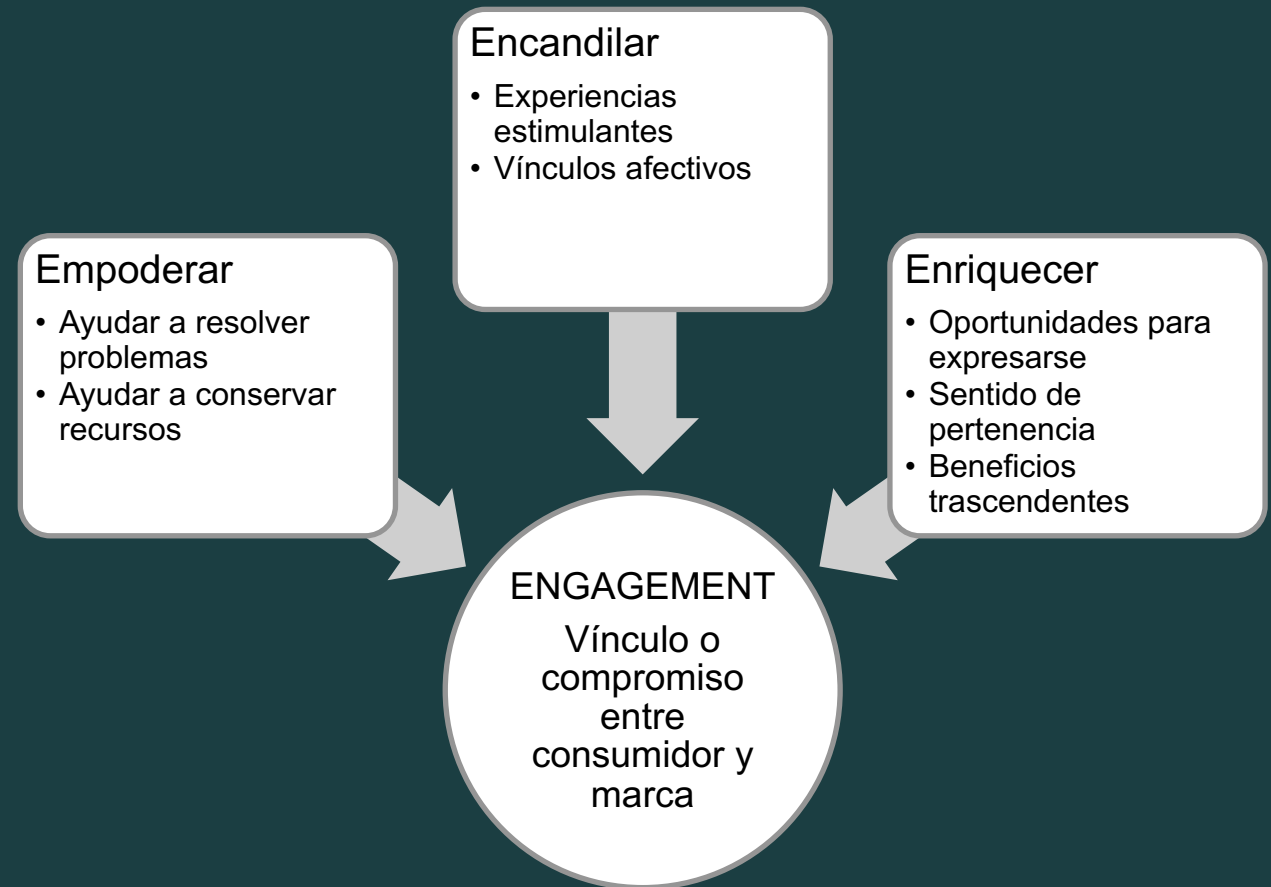
Ciudadanos tienen derecho a acceder al conocimiento generado por la comunidad científica.





# Estrategias para la divulgación científica en RRSS:

## 7. Estrategias para generar 'engagement'



# Estrategias para la divulgación científica en RRSS:

## 8. Incorporar nuevas narrativas digitales

Cercanía e identificación con el público

Humor para explicar conceptos complejos

Estilo directo y conexión emocional

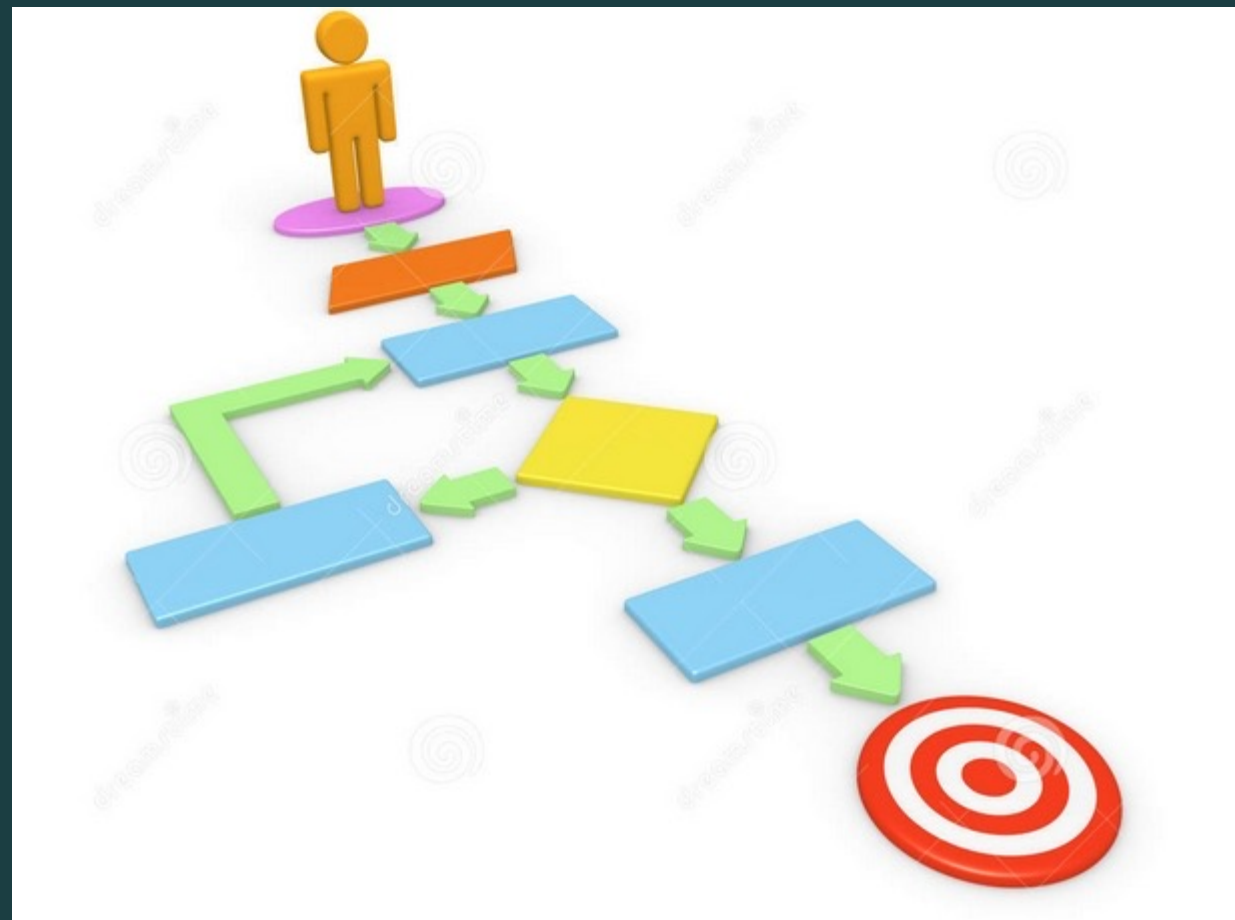
Narrativa autorreferencial: valor de la propia experiencia

Final apelativo: provocar alguna reacción

## Conclusiones

1. Los investigadores necesitan un cambio de mentalidad en torno al valor redes sociales para la divulgación y diseminación del conocimiento científico. Las usan, pero no son estratégicos.

2. La mayoría no conoce bien las reglas, lenguajes y dinámicas (cómo funcionan los algoritmos, cómo optimizar contenidos mediante palabras clave, qué se prioriza en las búsquedas, cómo utilizar métricas, uso de programas que optimizan contenidos, automatización de procesos, etc).



## Conclusiones

3. Uso esporádico de las redes por falta de tiempo.
4. No se consideran capacitados para el ritmo de inmediatez y recurren solo a redes académicas (ResearchGate, Google Scholar o Academia).
5. En universidades españolas hay pocos incentivos para los investigadores y pocas pautas o recomendaciones.
6. Los investigadores asumen que hay un gap entre transferencia de conocimiento en redes académicas y el gran público.



# GRACIAS