

Jornada de Doctorat 2023

1 de marzo
de 2023



Universitat de Lleida
Escola de Doctorat



Divulgación científica en las redes sociales

¿Cómo puedo empezar y
por qué?

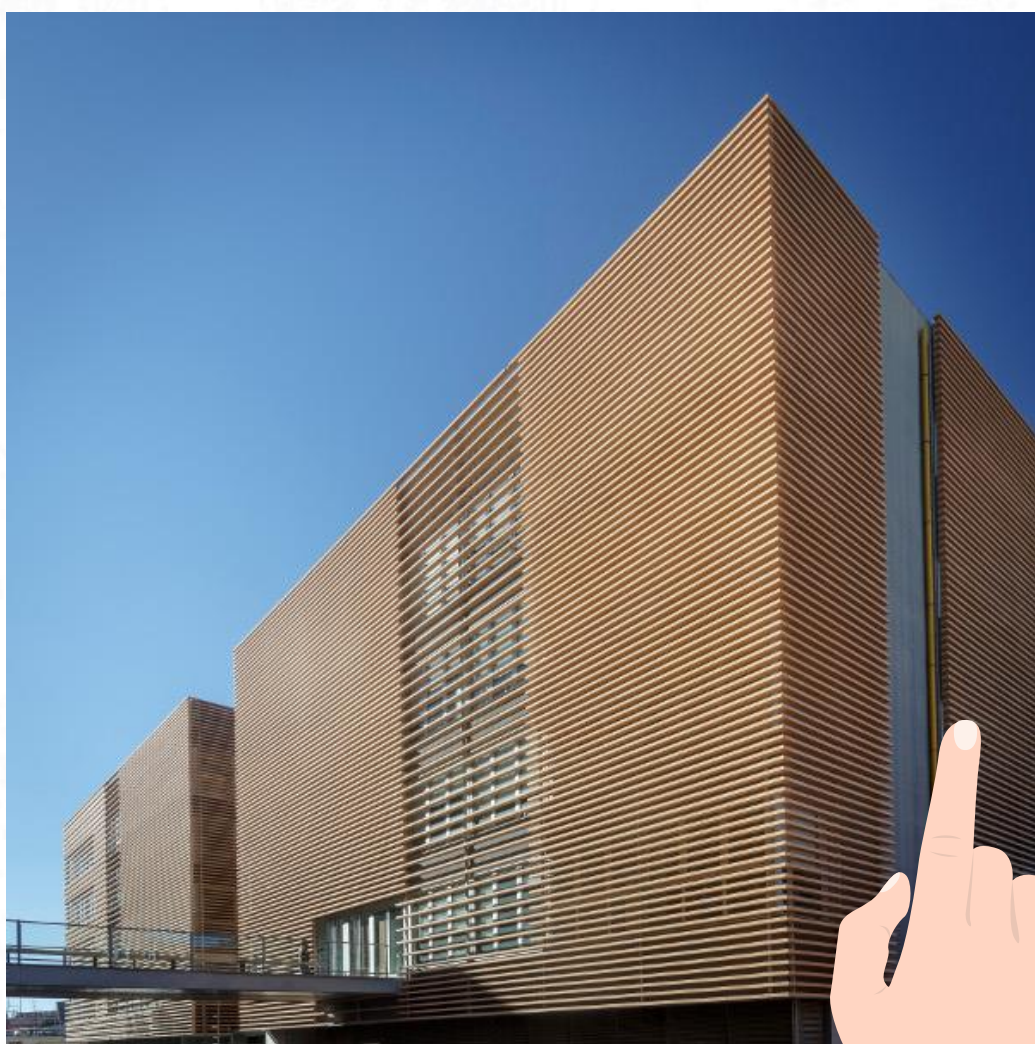
== Hello!

Meritxell Soria Yenez

Licenciada en Comunicación Audiovisual
(1999-2003)

Curso especialización en Comunicación
Científica (2017-2018)





Empezamos

01

Qué es divulgación científica

02

Cómo empezar

03

Por qué

04

Bonus



1

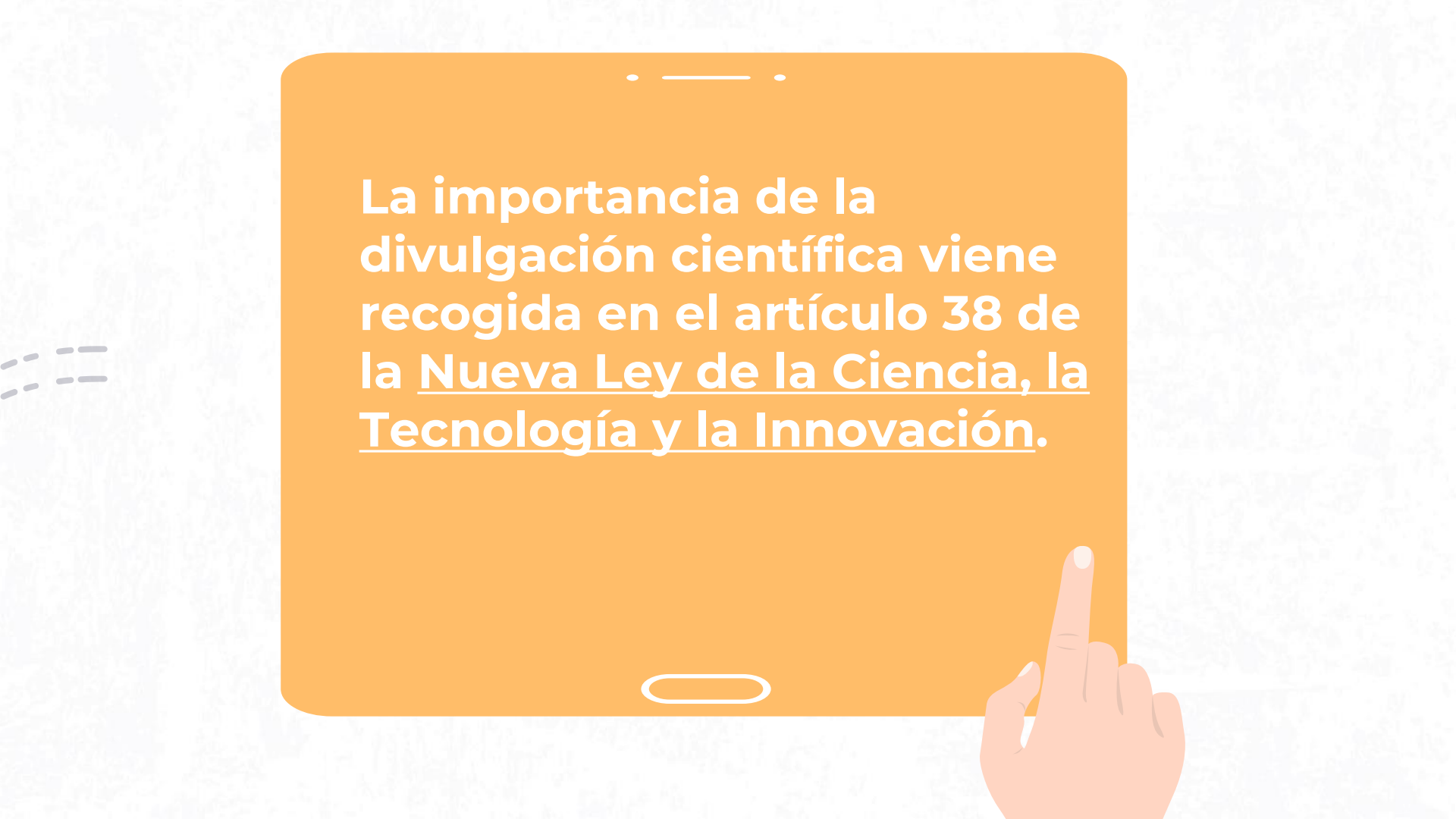
Qué es
divulgación
científica

Acercar la ciencia al público general no especializado; es toda actividad de explicación y difusión de los conocimientos, la cultura y el pensamiento científico y técnico.



Objetivos

1. **Promover la curiosidad** hacia una materia, y por lo tanto, aumente el conocimiento científico de la sociedad.
2. **Ofrecer la información** necesaria para que la sociedad adquiriera una opinión sobre cuestiones relacionadas con los avances científicos y las repercusiones que estos pueden tener en su día a día.
3. **Ayudar a comprender** las transformaciones sociales, políticas o culturales de los nuevos acontecimientos y facilitar que cada persona tenga un pensamiento crítico.

An illustration of a hand with a pinkish skin tone pointing its index finger towards the bottom right corner of a large orange rounded rectangle. The rectangle has a white notch at the top center and a white pill-shaped home button at the bottom center. The background is a light blue and white pattern. On the left side, there are some faint, dashed lines.

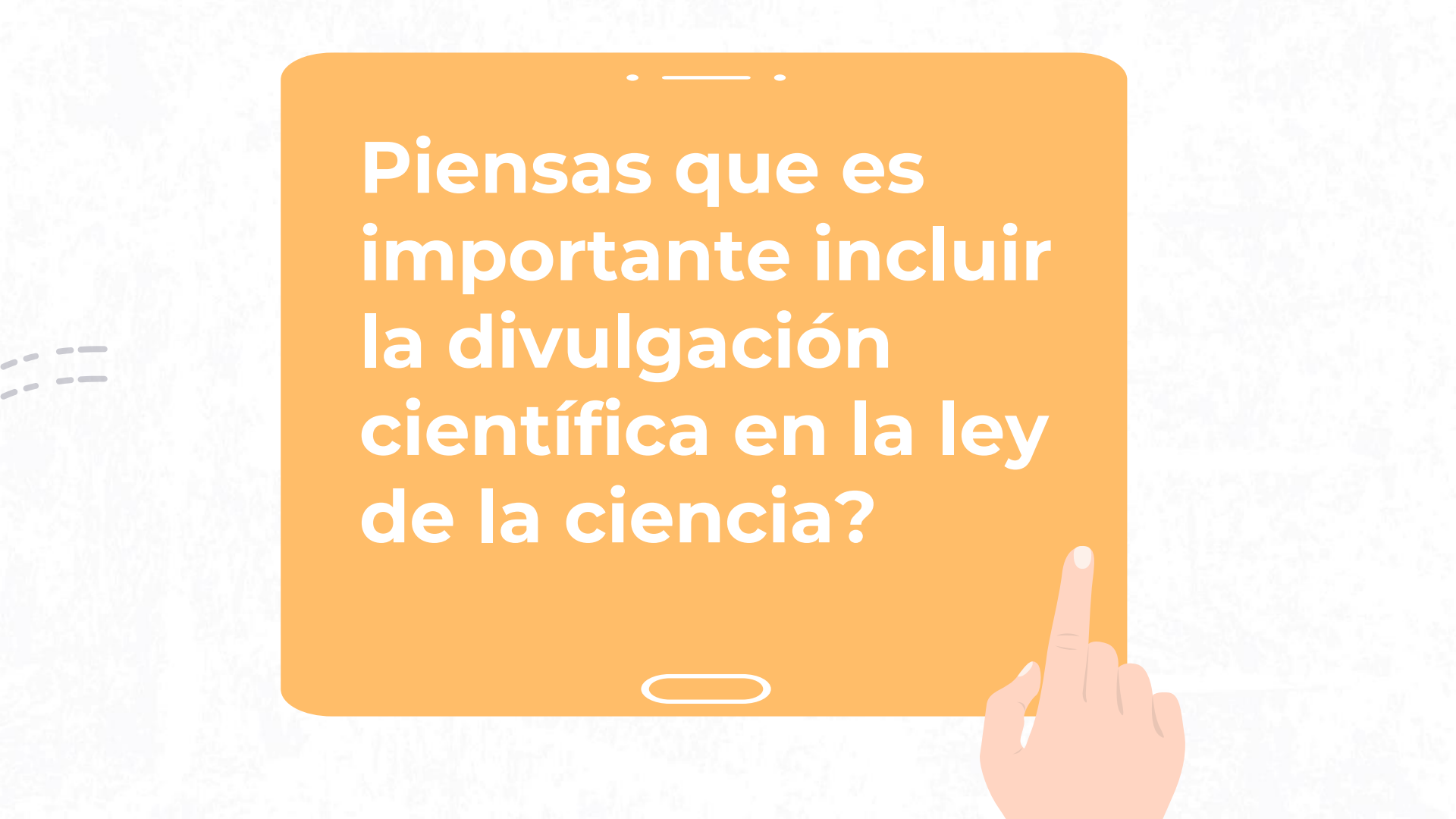
La importancia de la divulgación científica viene recogida en el artículo 38 de la Nueva Ley de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación.

Nueva ley de la ciencia, septiembre 2022

- a) Mejorar la formación y la cultura científica e innovadora de la Sociedad
- b) Fomentar la participación de la ciudadanía en el proceso científico
- c) Fomentar la divulgación científica, tecnológica e innovadora.
- d) Apoyar a las instituciones involucradas en el desarrollo de la cultura científica y tecnológica
- e) Incentivar y reconocer el papel del personal de investigación en el fomento de la divulgación científica, tecnológica e innovadora, y de las Unidades de Cultura Científica y de la Innovación de universidades y centros de investigación.

Nueva ley de la ciencia, septiembre 2022

- f) Proteger el patrimonio científico y tecnológico histórico.
 - g) Incluir la cultura científica, tecnológica y de innovación como eje transversal en todo el sistema educativo.
 - h) Promover el acceso a la cultura científica y de la innovación a colectivos con mayores barreras de acceso, por motivos socioeconómicos, territoriales, edad u otros.
3. Con el fin de contribuir a la sensibilización de la sociedad respecto a la ciencia y de trasladar información veraz y contrastada, las cadenas públicas de radio y televisión de titularidad estatal promoverán espacios de divulgación científica en su programación.

A hand is pointing at a tablet screen. The screen is orange and displays a question in white text. The background is light blue with faint icons of a smartphone and a laptop. On the left side, there are two dashed lines.

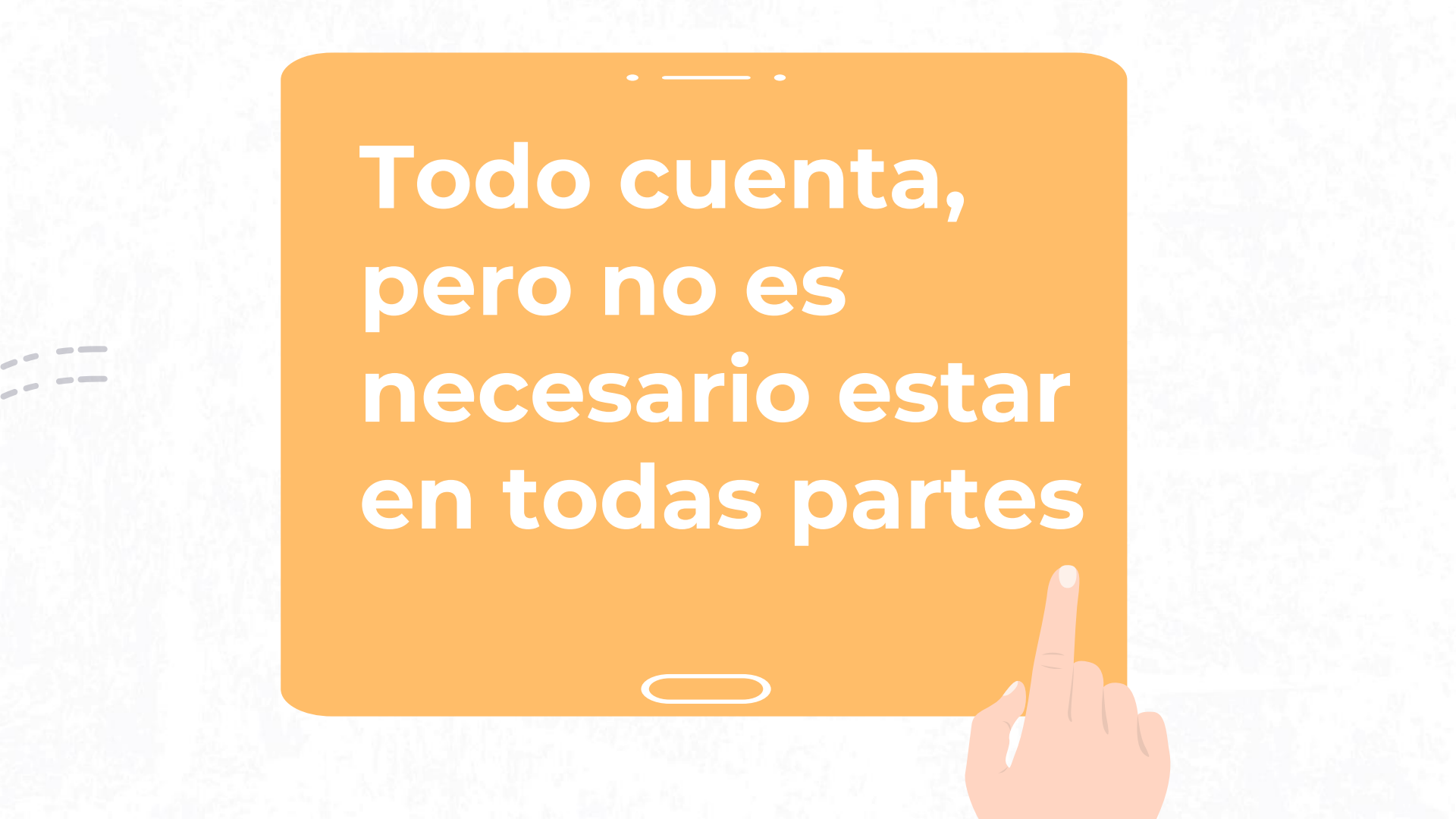
Piensas que es importante incluir la divulgación científica en la ley de la ciencia?



2

Cómo
empezar



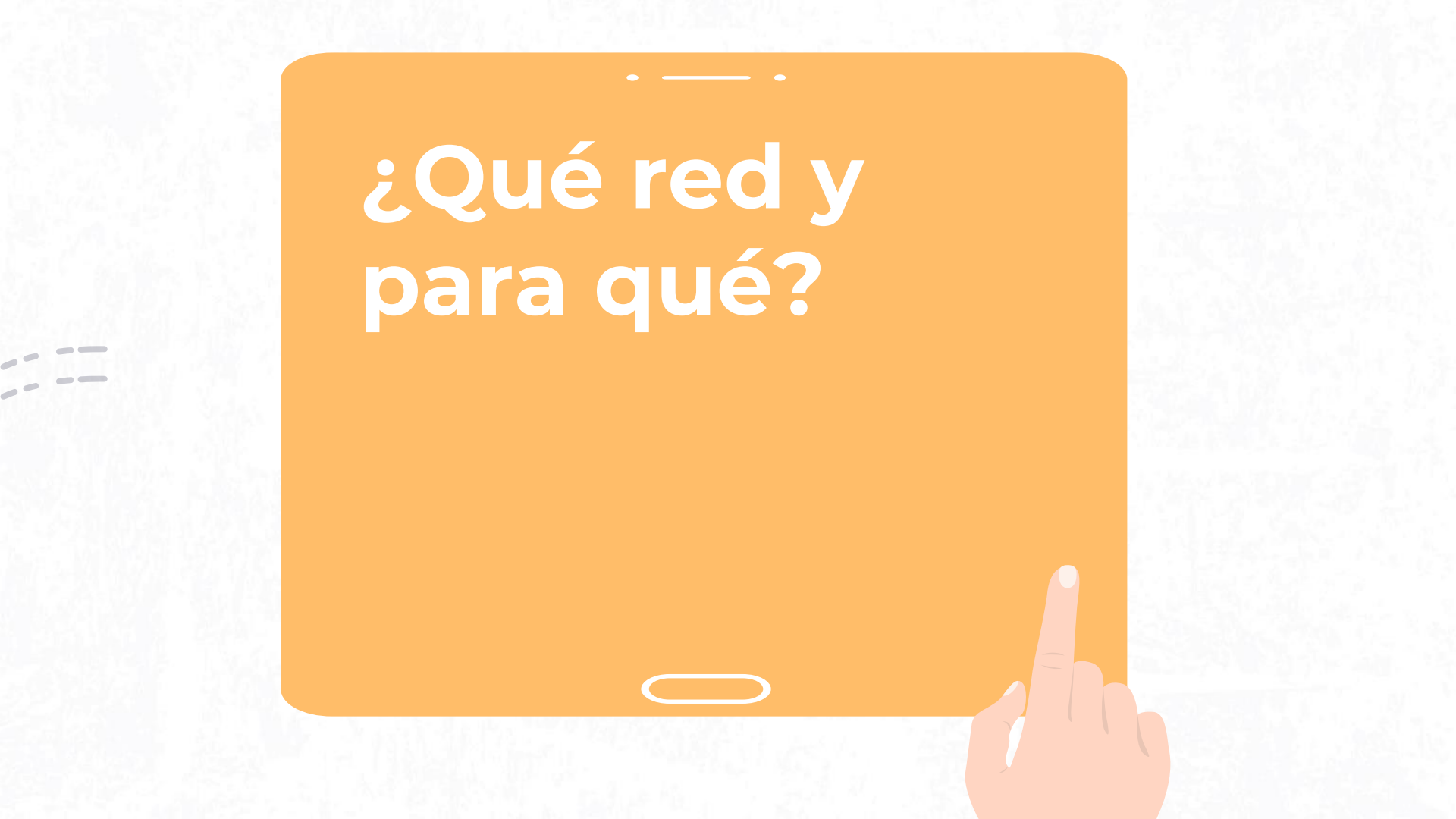
An illustration of a hand pointing at a tablet screen. The screen is orange and displays the text 'Todo cuenta, pero no es necesario estar en todas partes' in white. The background is light blue with faint, repeating text 'Todo cuenta, pero no es necesario estar en todas partes'.

**Todo cuenta,
pero no es
necesario estar
en todas partes**

An orange rounded rectangle representing a tablet. At the top center, there are three small white dots and a horizontal line, mimicking a status bar. At the bottom center, there is a white pill-shaped notch. A hand is shown at the bottom right corner, with the index finger pointing upwards towards the tablet. On the left side of the image, there are some faint, dashed grey lines.

¿En qué redes sociales estás?

Vaya a wooclap.com y use el código UCDZGB

An illustration of a hand pointing at a tablet screen. The screen is orange and displays the question '¿Qué red y para qué?' in white text. The background is light blue with faint, stylized icons of a laptop and a smartphone. On the left side, there are some dashed lines.

¿Qué red y
para qué?

TW

FB

IG

LK

↑ científicos y medios
↑↓ audiencia estable,
profesional y urbana

↑ una gran audiencia, aunque
en declive, especialmente
entre los jóvenes

↑ audiencias más jóvenes, en
crecimiento y rápido

↑ recruiting & sector
innovación y profesional

↑ contenido diverso, fácil
mantenimiento

↑ contenido diverso, fácil
mantenimiento

↓ el contenido visual puede
ser una barrera

↑ compartir éxitos, buenas
prácticas, networking
profesional. Cada vez más
también resultados de
investigación.

↑ facilita la conversación

↓ la conversación es sencilla,
pero menos versátil y menos
manejable.

↓ hasta cierto punto la
conversación es limitada

↓↑ están aumentado la
conversación

↓ 280 caracteres
↑ hilos
↑ streamings
↑ listas
↑ encuestas

? Meta

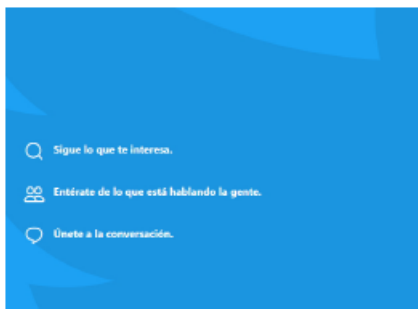
↑ feed + stories
↑ IG live y collab
↑ encuestas

↑ grupos
↑ perfil vs página
↑ LK live
↑ LK articles

**TW era el canal más usado para los proyectos H2020. Seguramente
habrán cambios en los próximos años.*

Twitter

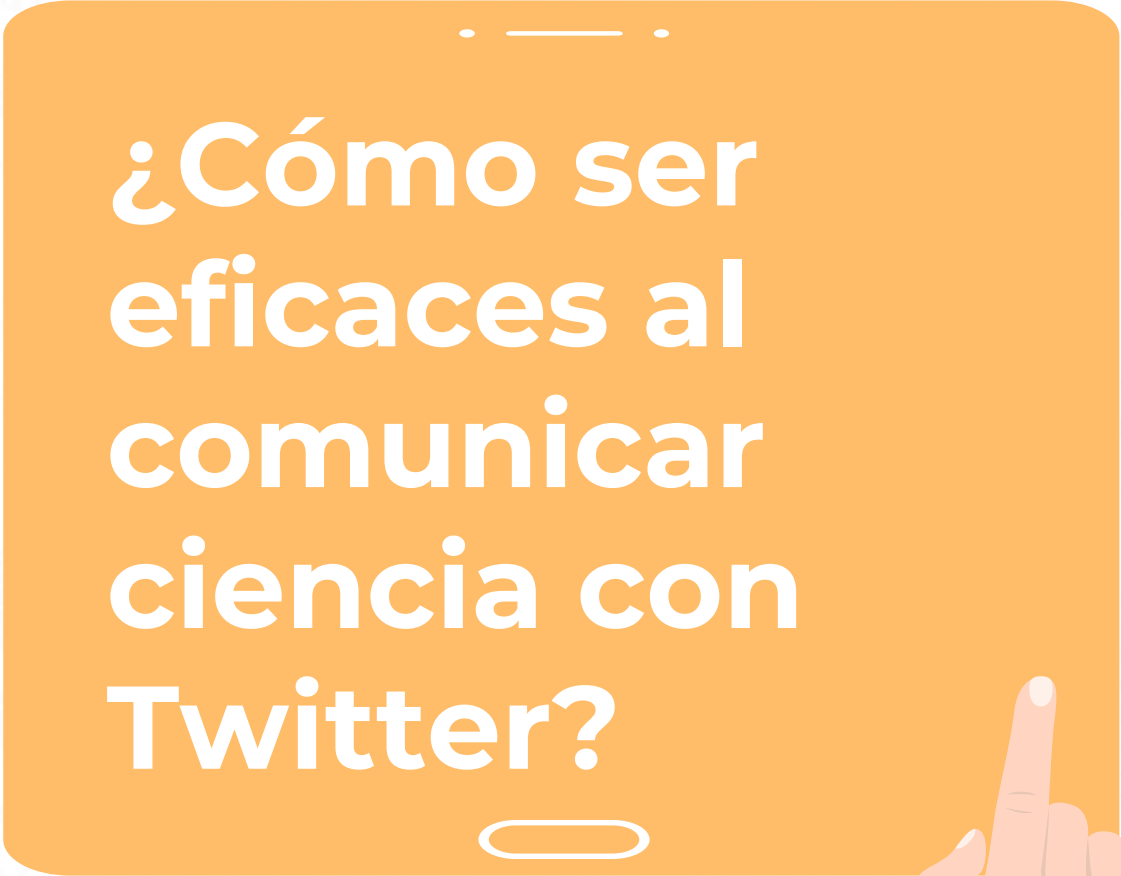
1. Registrarse (todos los datos y confirmación)



2. Completa el perfil

3. Buscar a quien seguir

4. Publica tu primer tuit



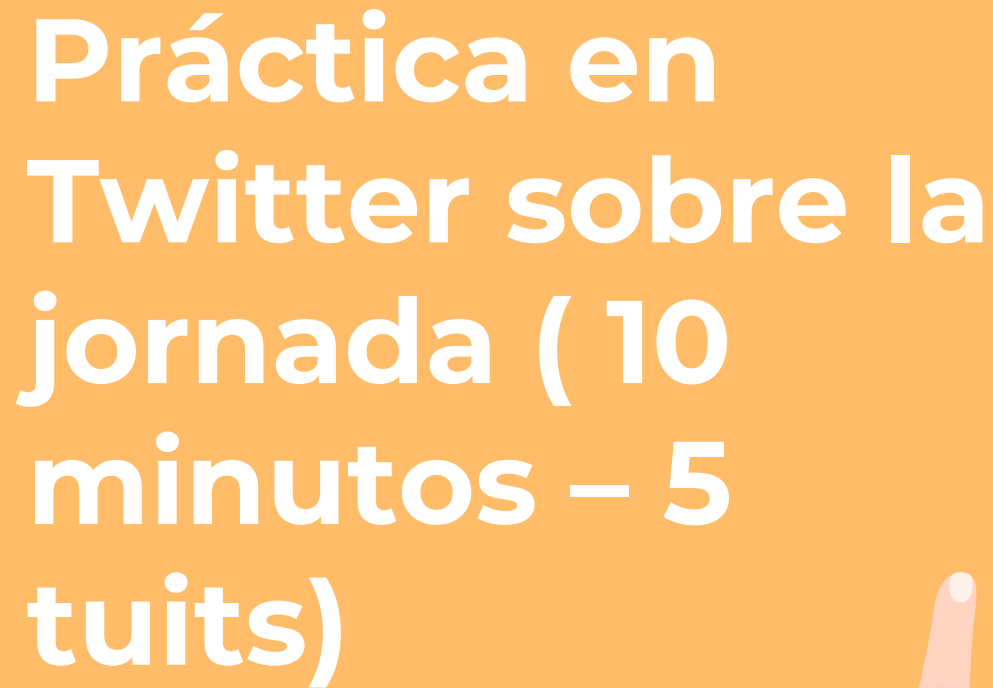
¿Cómo ser
eficaces al
comunicar
ciencia con
Twitter?

Twitter

1. Los tuits que tienen más éxito suelen incluir **fotografías** y también gifs (fotografías horizontales y que aporten valor).
2. Conviene añadir algún **enlace**.
3. Twitter permite hasta 280 caracteres por tuit, pero tienen más éxito los **tuits cortos** que los largos. De la misma manera, los **hilos** que permiten encadenar tuits son una magnífica herramienta, pero su abuso puede aburrir a nuestros seguidores.
4. Participar en **conversaciones**.
5. **Periodicidad** / continuidad.

Tips en Twitter en una jornada/congreso

1. **Hashtag** / Etiqueta del evento.
2. **Previa** con la imagen del programa del evento.
3. Aporta contenido de **valor** y **multimedia**.
4. Construye **hilos**.
5. **Etiqueta** a organizadores y otras personas del evento.
6. Crea una **lista** de usuarios, si te resultan de interés.



**Práctica en
Twitter sobre la
jornada (10
minutos – 5
tuits)**



Tuits diferents

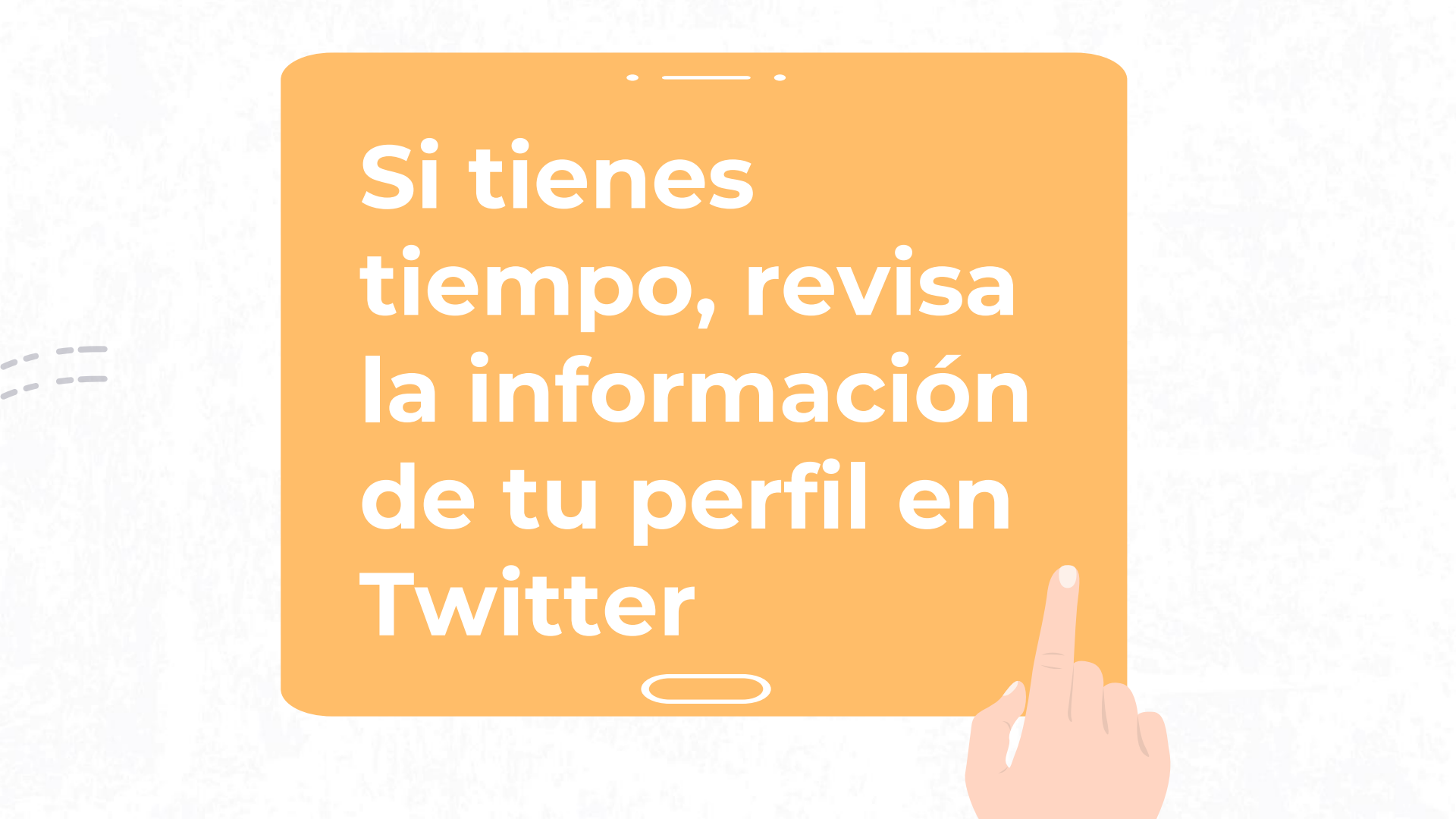


ED Doctorat UdL @DoctoratUdL · 14 de febr.

Jornada de Doctorat 2022/23 01/03/2023

Programa i inscripció aquí doctorat.udl.cat/ca/activitats-... Escola de @DoctoratUdL #espaidetrobada #openscience #benestaremocional #divulgació Workshops pensats pels doctorands i doctorandes de 1r any



A hand is pointing at a smartphone screen. The screen is orange and displays the text "Si tienes tiempo, revisa la información de tu perfil en Twitter". The phone has a white home button at the bottom and a status bar at the top with three dots. There are also some dashed lines on the left side of the image.

**Si tienes
tiempo, revisa
la información
de tu perfil en
Twitter**

Facebook

1. **Registro** con perfil personal (si gestionas una empresa/ entidad también debes tener perfil personal y ser administrador/a).
2. Completar el **perfil**.
3. **Seguir** a instituciones, personas de interés.
4. **Publicar**: prima los **contenidos** que incluyen enlaces, imágenes, vídeos y gifs y penaliza a aquellos que se limitan exclusivamente a texto.

Instagram, LinkedIn, YouTube

1. **Registro** con perfil personal.
2. Completar el **perfil**.
3. **Seguir** a instituciones, personas de interés...
4. **Publicar** (#etiquetas).

== YouTube



TIP: Cuida tu perfil

Meritzell Soria Yenez

@meritzellsoria Et segueix


- ☀ Periodista
- ☀ Responsable de Comunicació + UCC+I: [@IRBLleida_info](#)
- ☀ Comunicació [@antisidalleida](#).
- ➔ Ajudant a fer divulgació de la ciència. T'apuntes?




Meritzell Soria Yenez

Periodista - Comunicació Científica - Comunicació corporativa - Responsable de comunicació Institut de Recerca Biomèdica de Lleida Fundació Dr. Pifarré - IRBLleida

Lérida, Cataluña, España · [Información de contacto](#)

 Institut de Recerca Biomèdica de Lleida Fundació Dr. Pifarré - IRBLLEIDA

 Universitat de Vic – Universitat Central de Catalunya (UVic-UCC)

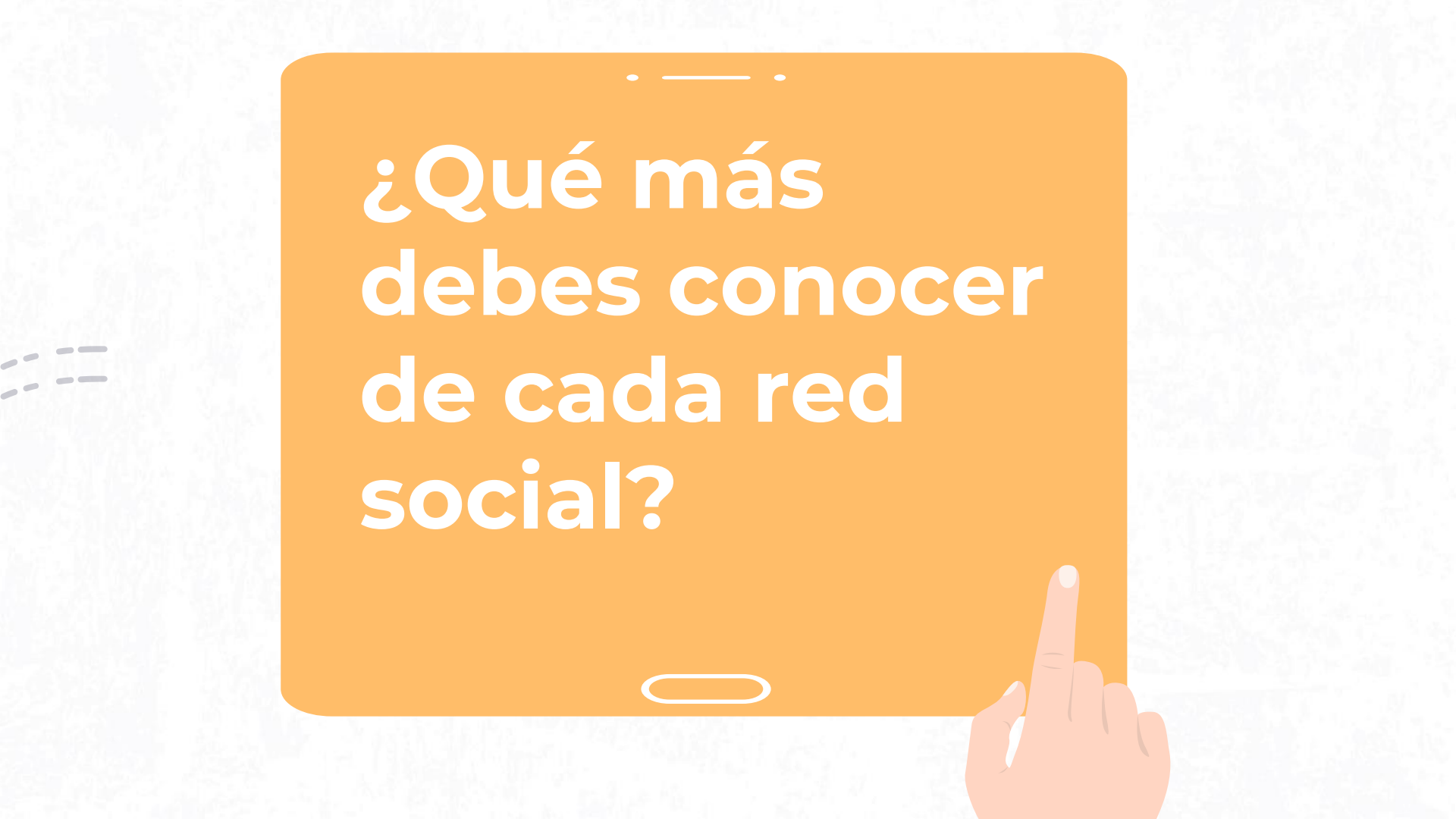
Acerca de

Me gusta el cine, viajar y la comunicación. Por eso, decidí estudiar Comunicación Audiovisual. Más tarde, con la llegada de las redes sociales, me apasioné por la comunicación 2.0 y aposté por el Máster en Buscadores de la UPF (SEO, SEM, Social Media).

La comunicación bidireccional y mi implicación en varios proyectos me ha llevado a convertirme en Community Manager de varias cuentas (@antisidalleida, @udetma -hasta diciembre 2020, @elbusdelasalut -hasta enero 2022).

En 2009 aterricé en la unidad de investigación UDETMA ([www.udetma](#)) y desde entonces la ciencia y la investigación forma parte de mi vida. Más aún desde 2016, en qué me convertí en responsable de comunicación del Instituto de Investigación Biomédica de Lleida (IRBLleida). Comunicación interna, externa, redes sociales, página web... todo ello forma parte de mi día a día en el mundo de la investigación. Por eso, en 2017, aposté por el curso de especialización en Comunicación Científica de la Universidad de Vic - Universidad de la Cataluña Central.

Para mantener el equilibrio, la organización es básica y gracias a ello puedo decir que soy eficiente y resolutiva.

A hand is pointing at a tablet screen. The screen is orange and displays the question '¿Qué más debes conocer de cada red social?' in white text. The background is light blue with faint icons of a smartphone and a laptop. On the left side, there are two dashed lines pointing towards the tablet.

**¿Qué más
debes conocer
de cada red
social?**





Características propias

1. **Longitud** del mensaje.
2. **Si acepta imágenes, vídeos, enlaces...**
3. **Investiga** sobre cada red social.

RECUERDA: LAS NORMAS DE CADA RED SON DIFERENTES Y CAMBIANTES

Características de las imágenes

Social Media Image Sizes 2023

				
Profile photo	320 x 320	170 x 170	400 x 400	400 x 400
Landscape	1080 x 566	1200 x 630	1024 x 512	1200 x 627
Portrait	1080 x 1350	630 x 1200	N/A	627 x 1200
Square	1080 x 1080	1200 x 1200	N/A	N/A
Stories	1080 x 1920	1080 x 1920	N/A	N/A
Cover photo	N/A	851 x 315	1500 x 500	1128 x 191

Hootsuite®

YouTube Image Sizes



Profile Photo

800 X 800 pixels
(recommended)



Banners

2048 X 1152 pixels
(at minimum)

Video

1280 X 720 pixels
(at minimum)



Thumbnail

1280 X 720 pixels

Hootsuite®

TikTok Image Sizes



Profile Photo

20 X 20 pixels
(minimum)



Video

1080 X 1920

Los honorarios...



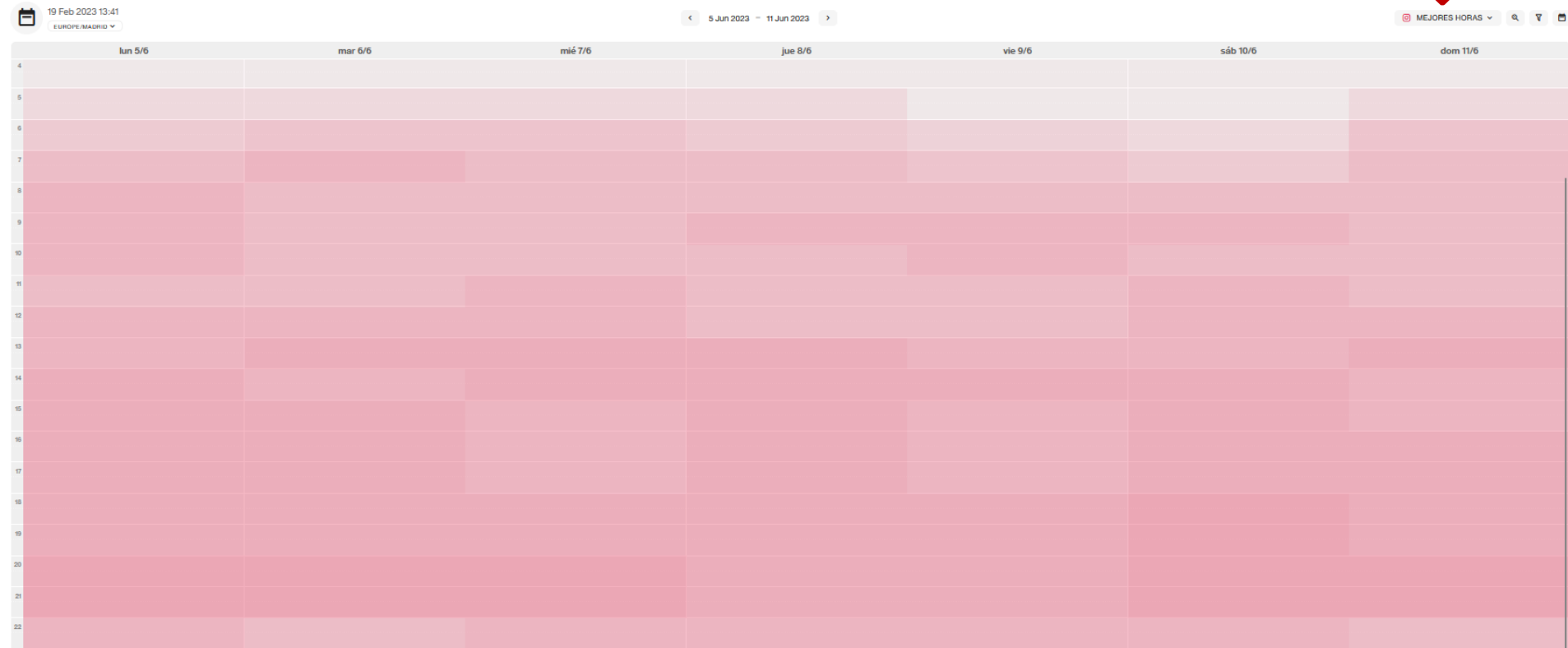
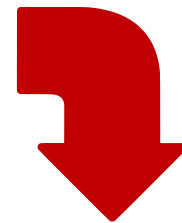
Los horarios...

Dentro de la variedad de horarios aconsejados, he aquí una orientación que cada usuario puede modificar de acuerdo con su experiencia:

- El mejor horario para publicar en **Instagram** son los lunes, jueves, viernes y domingos, de 15:00 a 16:00 pm y de 21:00 a 22:00 pm. Mientras que el peor horario son los martes, miércoles y sábados de madrugada.
- El mejor horario para publicar en **Twitter** son días de diario de 15:00 a 16:00 pm y de 21:00 a 22:00 pm. Mientras que el peor horario es en fin de semana.
- El mejor horario para publicar en **LinkedIn** son los martes, miércoles y jueves de 10:00 am a 11:00 am. Y el peor horario serían los sábados y domingos y entre semana a partir de mediodía.
- El mejor horario para publicar en **Facebook** son, por este orden, los viernes, miércoles, sábados y jueves de 15:00 a 16:00 pm, de 18:30 a 19:30 y de 20:30 a 21:30. Mientras que el peor horario son los lunes y martes.

Fuente: <https://escuela.marketingandweb.es/mejores-horas-para-publicar-en-redes-sociales/>

Programas de gestión: Metricool



Programación



19 Feb 2023 13:42

EUROPE/MADRID

< 5 Jun 2023 - 11 Jun 2023 >

MEJORES HORAS

	lun 5/6	mar 6/6	mié 7/6	jue 8/6	vie 9/6	sáb 10/6	dom 11/6
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							



A stylized orange smartphone graphic with rounded corners, a white notch at the top, and a white home button at the bottom. A hand is shown at the bottom right corner, with the index finger pointing upwards towards the screen. The background is a light blue and white pattern.

Glosario en redes sociales

Vaya a wooclap.com y use el código AJUCGO



3

Por qué





¿Por qué
divulgar en
redes sociales?

Vaya a wooclap.com y use el código UCDZGB



Darte a conocer

01

**Conversar con
comunidades**

**Explicar tus
resultados con voz
propia**

03

**Conectar con
colaboradores,
periodistas...**

**Augmentar el
(re)conocimiento de
tus trabajos**

05

04

**Integrar a comunidades
específicas en el diseño,
aplicación o evaluación
de tu investigación**

06

Pon su potencia

1. Comunicar no es solo explicar tu historia. Es también escuchar y preguntar. Son **conversaciones**.
2. Las redes sociales te permiten dirigirte a audiencias específicas de manera única (**segmentación**).
3. La barrera de entrada es pequeña y no necesitas un **presupuesto** “estructural”. La curva de aprendizaje es flexible y el ROI puede ser muy grande.
4. Pero las redes sociales también pueden ser un pozo sin fondo de tiempo. Debes pensar estratégicamente y **planificar**.

¿Cómo se
informa la
población
sobre
ciencia?

Vaya a
wooclap.com y use
el código CXFIET





4 Bonus

An illustration of a hand holding a sign. The hand is light-skinned and is gripping a dark purple vertical pole. The pole supports a large, light gray rectangular sign. On the sign, the word "Pódcasts" is written in a bold, dark purple, sans-serif font. The background is plain white. In the top-left corner, there are faint, dashed gray lines.

Pódcasts



Queremos escuchar tu historia. Con tu voz.

Román Escudero.
Periodista UCC+I
Universidad de Castilla-La Mancha
Director y presentador del programa
de radio “Investiga, que es poco”



An illustration of a hand holding a tablet. The tablet screen is orange and displays the text '¿Escuchas podcasts?' and 'Vaya a wooclap.com y use el código CYOXQX'. The background is light blue with faint, stylized icons of a smartphone and a laptop. The hand is shown from the bottom right, with the index finger pointing towards the tablet.

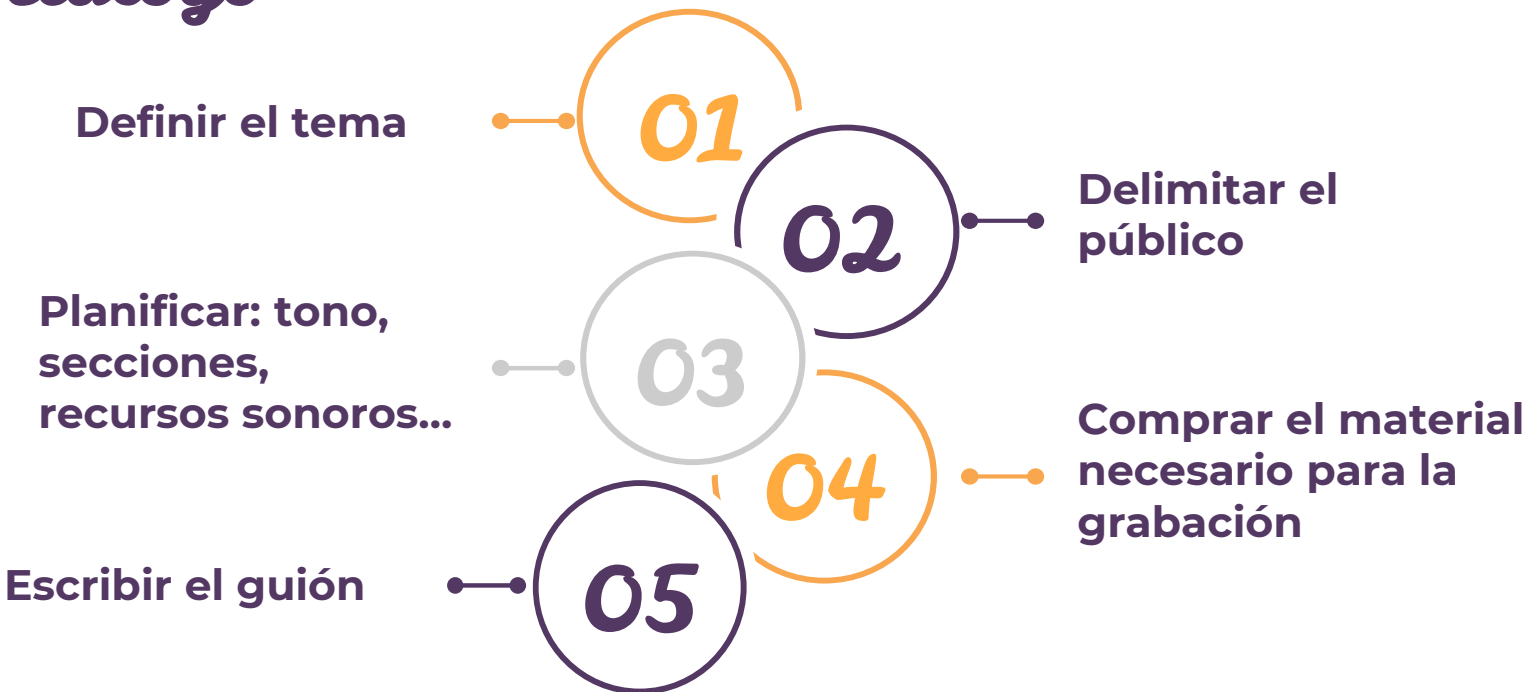
¿Escuchas podcasts?

Vaya a wooclap.com y use el código CYOXQX

¿Por qué el podcast?

- Los podcasts han reinventado el concepto para darle más poder al oyente y decidir **qué y cuándo** escuchar.
- Datos 2022: el 42% de los españoles/as ya los consume todos los días y, además, durante el doble de tiempo que el año anterior.

Decálogo



La comunidad científica y el uso de pódcast para divulgar
UCC+I Complutense

Decálogo



La comunidad científica y el uso de pódcast para divulgar
UCC+I Complutense

Ejemplos de podcasts

Lleida conCiencia, el podcast de ciencia del IRBLleida

El placer de admirar, el paleontólogo Juan Luis Arsuaga

En las ondas de Marie, el podcast de la UCC+I de la UCM

01

02

03

04

05

El podcast del Sincrotrón ALBA que ilumina la ciencia

La mare de la ciència, del PRBB

La comunidad científica y el uso de podcast para divulgar UCC+I Complutense



meritxell.soria@gmail.com



[@meritxell_soria](https://www.instagram.com/@meritxell_soria)



[@meritxellsoria](https://www.twitter.com/@meritxellsoria)

*Jornada de
Doctorat 2023*



Universitat de Lleida
Escola de Doctorat