

Jornada de Doctorado 2024

6 de marzo
de 2024



Universitat de Lleida
Escola de Doctorat



Divulgación científica en las redes sociales

Cómo puedo empezar y
por qué?

Hello!

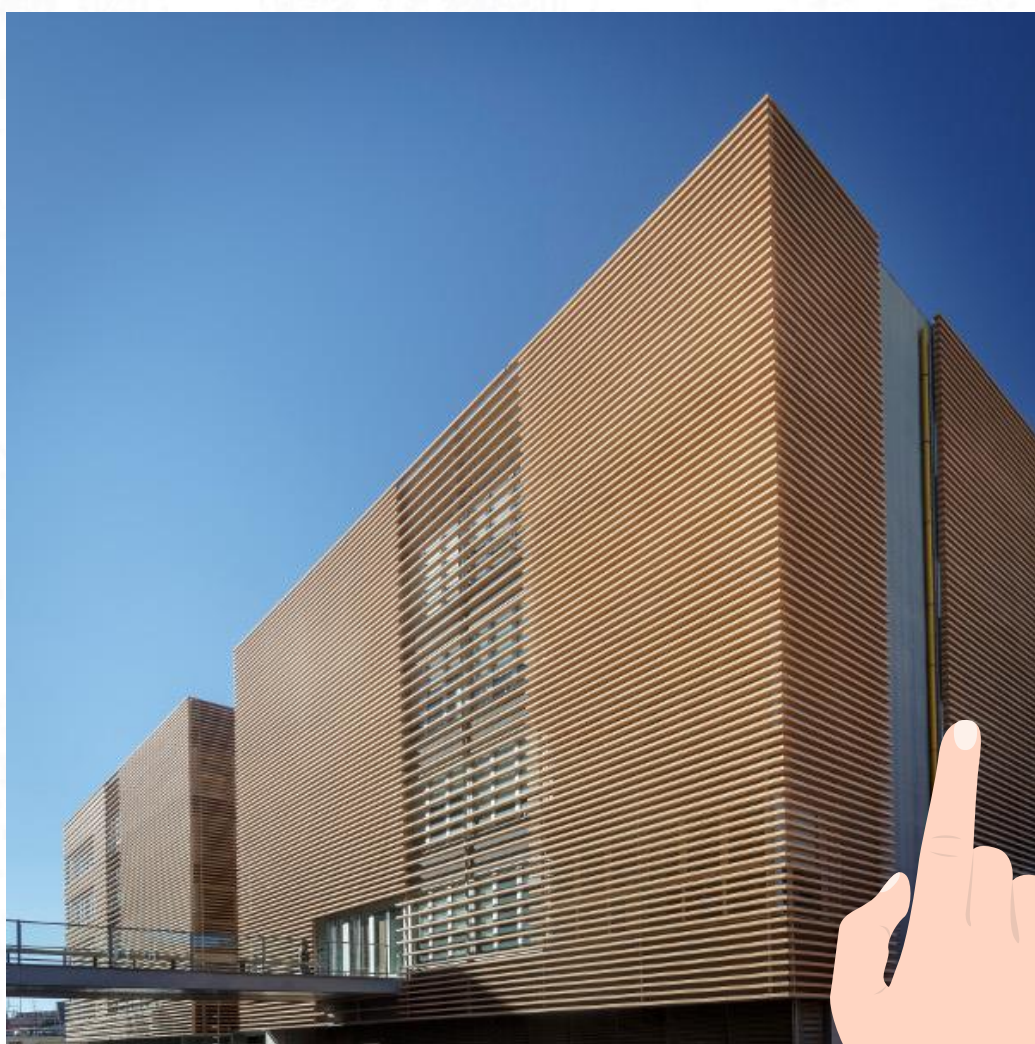
Meritxell Soria Yenez

**Licenciada en Comunicación Audiovisual
(1999-2003)**

**Curso especialización en Comunicación
Científica (2017-2018)**

**Técnico de proyectos de Divulgación y
Comunicación Científica (2024)**





Empezamos

01

Qué es divulgar

02

¿Por qué realizar divulgación?

03

Cómo empezar

04

Bonus



1

*Qué es la
divulgación*



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





¿Puede una mala comunicación producir actitudes anticientíficas?

Publicado: 19 septiembre 2022 18:48 CEST

Shutterstock / studiostoks

✉ Correo

X X (Twitter) 18

f Facebook 63

in LinkedIn

🖨 Imprimir

La información científica errónea y la desinformación se viralizan con mayor frecuencia que la información rigurosa. ¿Se ha preguntado por qué ocurre este fenómeno? La ajetreada cotidianidad apenas deja tiempo para verificar la autenticidad de los mensajes que recibimos sobre biomedicina y sanidad. Reconocer la información de calidad evita caer en el hartazgo o el pesimismo. Aprender a verificar científicamente...

Autoría



María Eugenia González
Científica Titular del Instituto de Salud Carlos III, Centro Nacional de Microbiología, Viróloga, Instituto de Salud Carlos III

Clausula de Divulgación





"Castells" de Ciencia

UNIVERSIDAD ROVIRA I VIRGLI



Formato

Espectáculo



Público

Público Infantil, Estudiantes Primaria, Estudiantes ESO, Bachillerato y Ciclos Formativos, Público universitario, Público General, Empresas, Jóvenes emprendedores, Profesorado



Página web

<https://castellsciencia.urv.cat/es/>



Contacto

Montserrat Cartaña
montse.cartana@urv.cat



Resumen

El proyecto "Castells" de ciencia tiene como objetivo divulgar conceptos científicos de diversas disciplinas a partir de un fenómeno multitudinario de público muy diverso y de reconocimiento internacional: los "castells", declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

El proyecto Castells de Ciència nace con la voluntad de hacer divulgación científica a partir de un fenómeno cultural, multitudinario, arraigado en el territorio y reconocido internacionalmente, como son los castells, declarados Patrimonio Cultural e Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO en 2010.

Castells de Ciència tiene el objetivo de relacionar diferentes disciplinas científicas con la actividad castellera, y demostrar que se puede hablar sobre química, antropología, física, arquitectura, sociología o historia y de muchos otros ámbitos científicos a la hora de referirse a los castells.

A través de diferentes materiales, carteles ilustrados, textos divulgativos y vídeos animados, se acercan diferentes aspectos de la ciencia a la ciudadanía a través de los castells como hilo conductor. El proyecto se complementa con otras actividades: ciclos de charlas sobre castells y ciencia, acciones efímeras en diferentes calles y plazas de las ciudades colaboradoras y visitas científicas comentadas a ensayos y diadas castelleras.



• ¡Pincha aquí y sigue el canal de WhatsApp de Maldita.es para que no te la cuelen!

Arqueología política: casi 2.000 partidos creados durante la democracia ya no existen

DOSCIENTOS PARTIDOS POLITICOS

De ellos, 156 están legalizados y 67 pendientes



MUR CIENCIA
Atrévete con el turismo científico

FECYT

Ruta 1: MurCiencia

UMURling
RUTA LINGÜÍSTICA
CIUDAD DE MURCIA

FECYT

Ruta 2: UMURling

SAN JAVIER CIENCIA
POR TIERRA, MAR Y AIRE

FECYT

Ruta 3: San Javier - Mar Menor

Cartagena es Ciencia
Atrévete con el turismo científico

FECYT

Ruta 4: Cartagena



Turismo + ciencia

MurCIENCIA explota la emoción cultural, los recursos turísticos y las técnicas más punteras de gamificación, retando al público a vivir una experiencia distinta en torno a la ciencia, en la ciudad de Murcia y con la ayuda de las nuevas tecnologías.



Redescubre la ciudad

MurCIENCIA resalta los puntos más emblemáticos de la ciudad cuya relación con algún aspecto de la ciencia o su historia resulta importantes. Así se rescatan no solo los valores divulgativos sino también esa parte de la cultura científica que convive día a día en nuestro entorno.

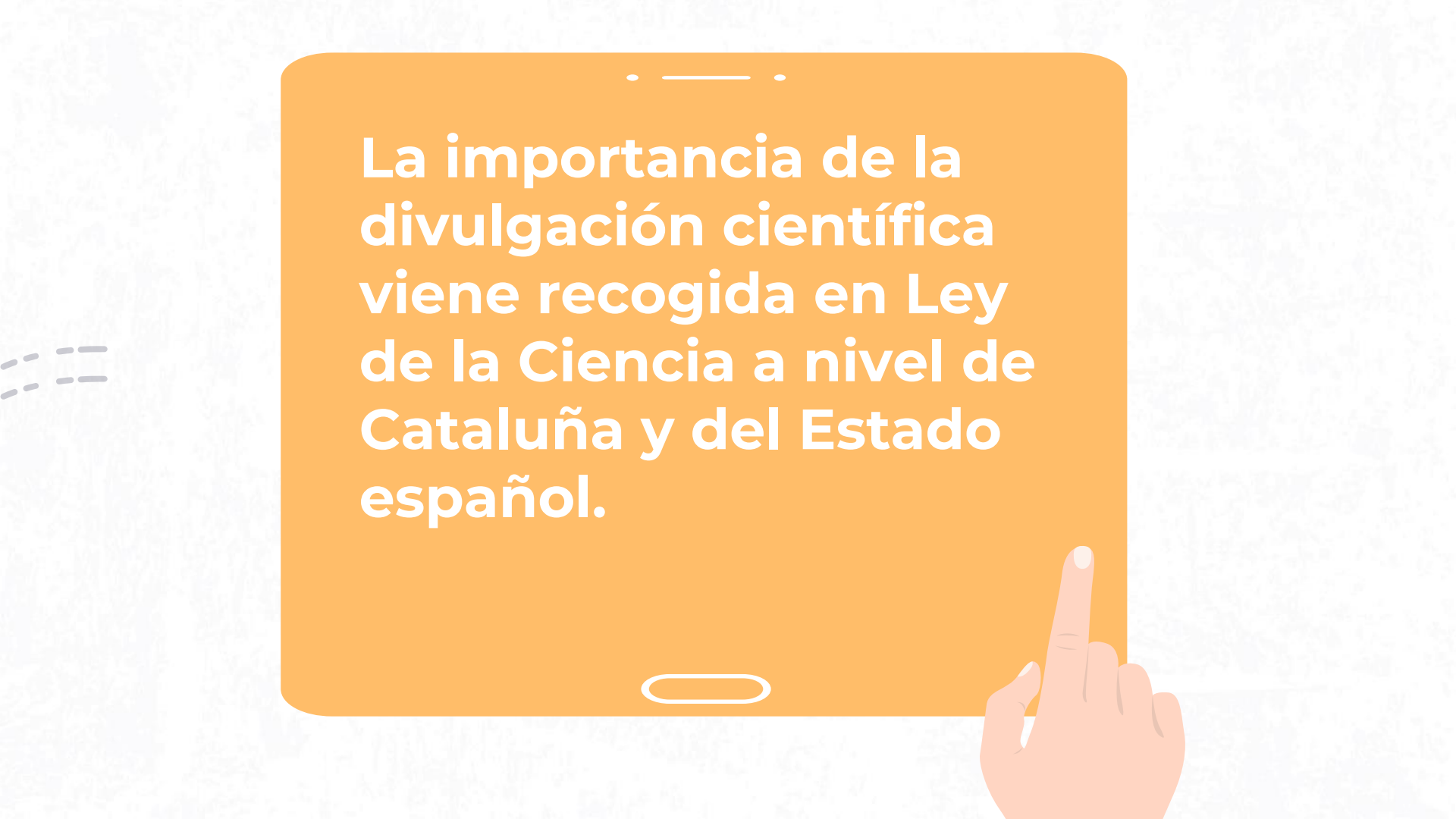


Aprende jugando

MurCIENCIA cuenta con una serie de rutas turísticas científicas, eventos, señalizaciones y una aplicación con la que convertir las acciones en un juego en el que los visitantes de la ciudad podrán aprender mientras pasean por la ciudad y descubren sus secretos científicos.

Objetivos

1. **Promover la curiosidad** hacia una materia, y por tanto, aumentar 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 éstos pueden tener en su día a día.
3. **Ayudar a comprender** las transformaciones sociales, políticas o culturales de los nuevos eventos y facilitar que cada persona tenga un pensamiento crítico.


An illustration of a hand pointing at a tablet screen. The tablet is orange and displays text in white. The background is light blue with faint, repeating text. On the left side, there are two dashed lines.

La importancia de la divulgación científica viene recogida en Ley de la Ciencia a nivel de Cataluña y del Estado español.



2

*¿Por qué
realizan
divulgación?*



Three small white dots are positioned at the top center of the orange rectangle. A hand with a pinkish skin tone is shown at the bottom right, with the index finger pointing upwards towards the text. On the left side of the image, there are two horizontal dashed lines.

Porqué divulgar en redes sociales?

Ir a wooclap.com y utilizar el código MPTJYC

Darte a conocer

01

**Conversar con
comunidades**

**Contar tus
resultados con tu
voz**

03

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

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

05

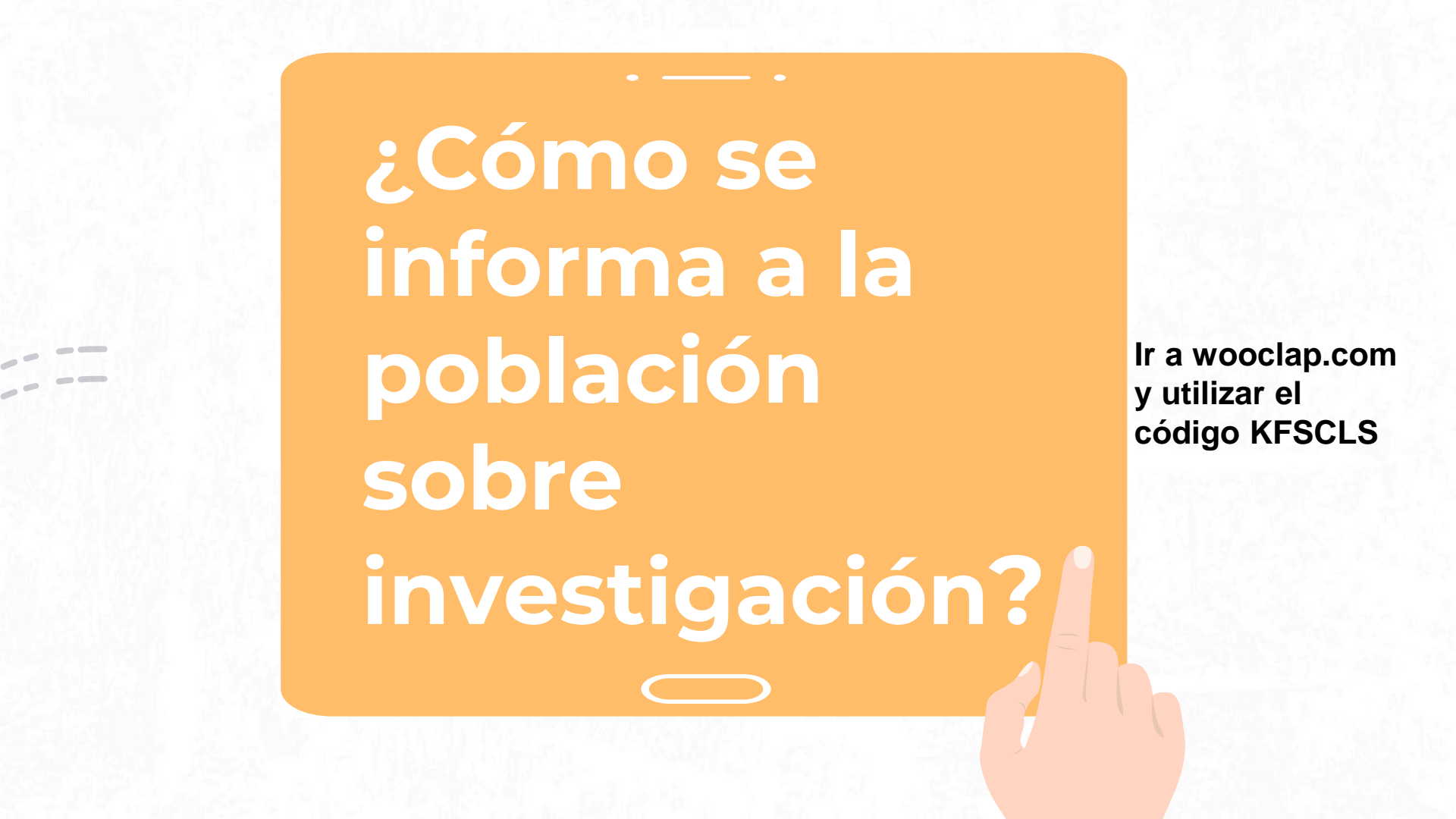
**Integrar a comunidades
específicas en el diseño,
aplicación o evaluación
de tu investigación**

06

04

Pon su potencia

1. Comunicar no es sólo contar tu historia. Es también escuchar y preguntar. **Son conversaciones.**
2. Las redes sociales te permiten dirigirte a audiencias específicas de forma 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 pueden ser también un pozo sin fondo de tiempo. **Tienes que pensar estratégicamente y planificar.**

A hand is shown pointing at the bottom right corner of a smartphone screen. The screen is orange and displays the text '¿Cómo se informa a la población sobre investigación?'. The phone has a white home button at the bottom and a status bar at the top with three dots. On the left side of the phone, there are two dashed lines representing a signal strength indicator.

¿Cómo se
informa a la
población
sobre
investigación?

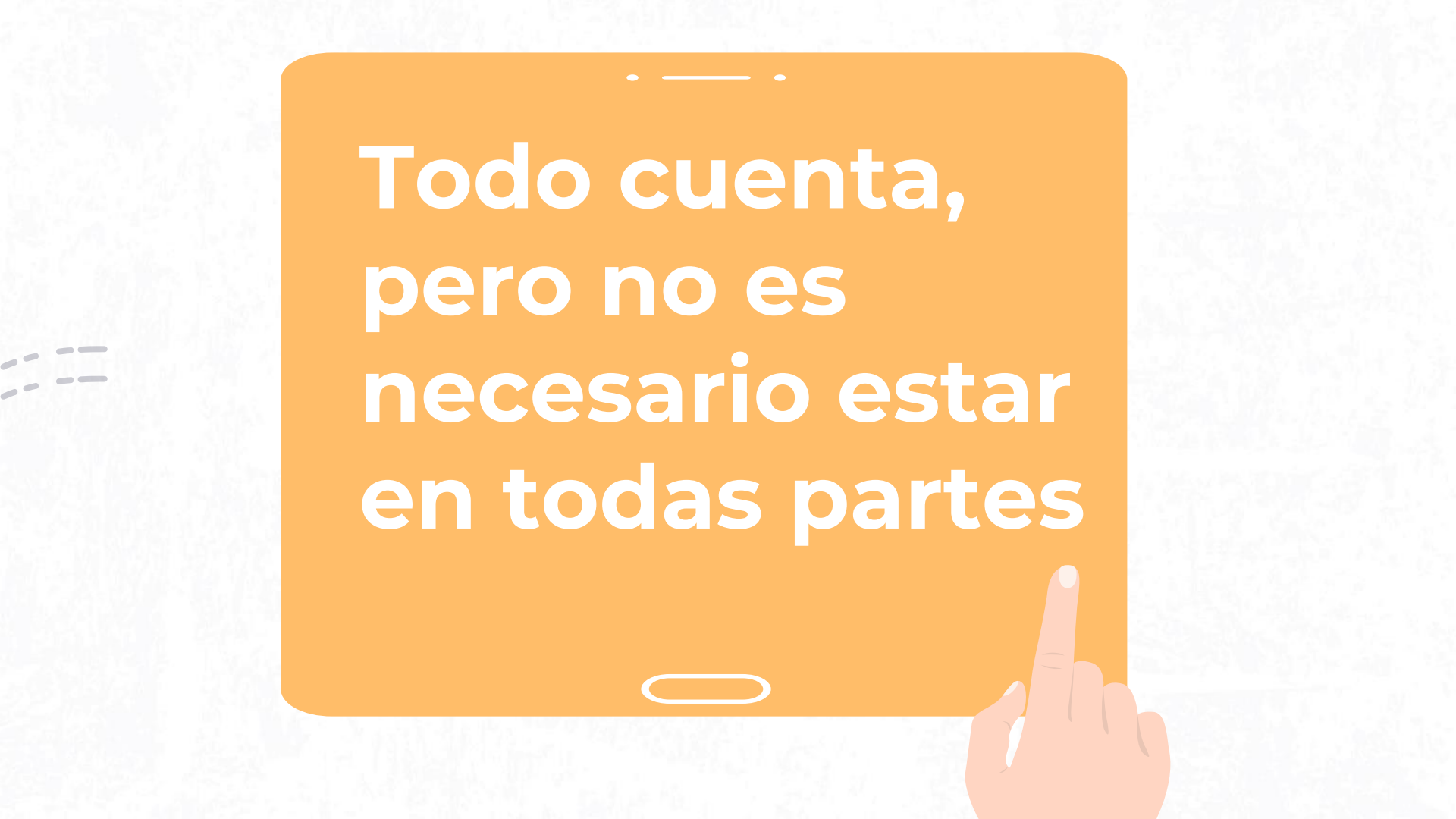
Ir a wooclap.com
y utilizar el
código **KFSCLS**



3

Cómo
empezar



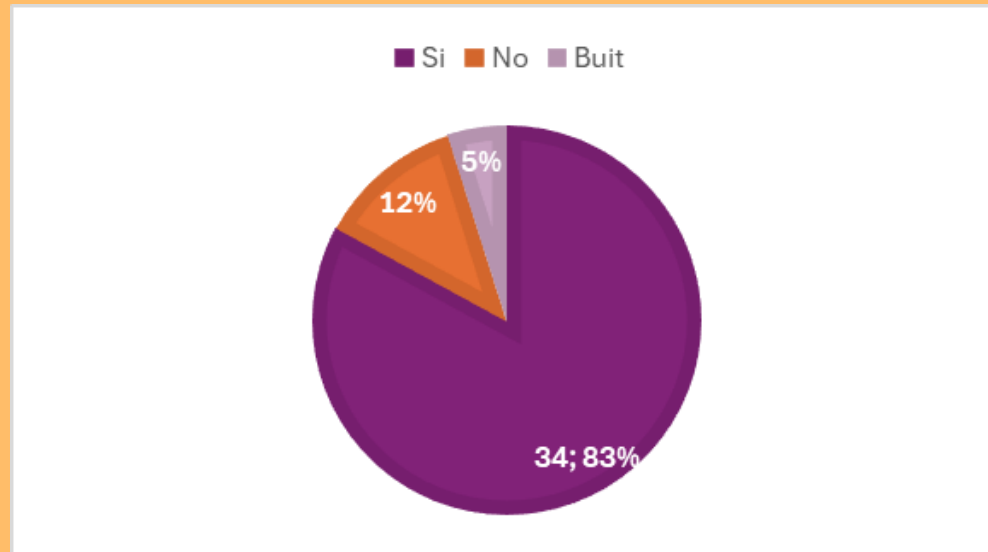
An illustration of a hand pointing at a tablet screen. The screen is orange and displays the text 'Todo cuenta, pero no es necesario estar en todas partes' in white. The background is light blue with faint, repeating text 'Todo cuenta, pero no es necesario estar en todas partes'.

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

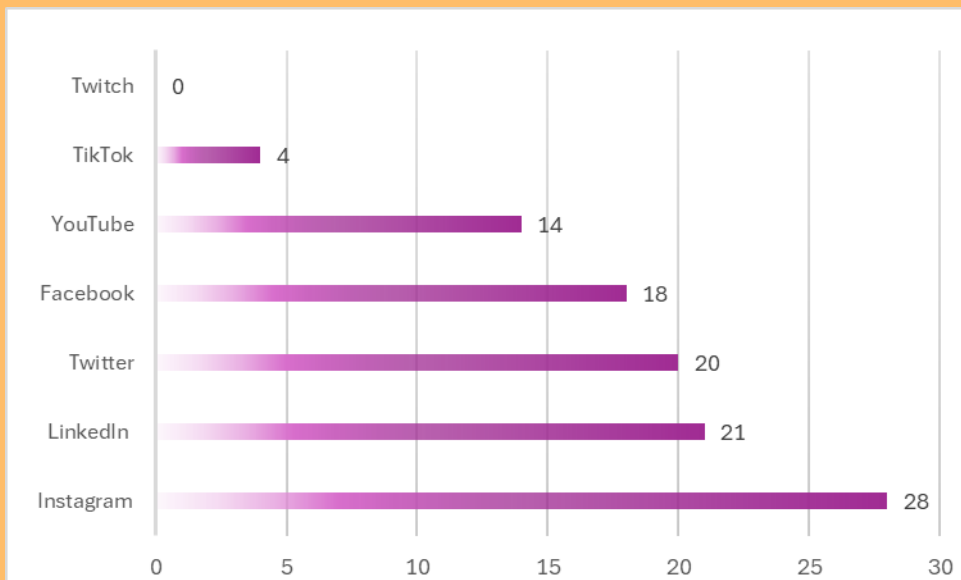
A hand is pointing at a tablet screen. The screen is orange and displays the question '¿En qué redes sociales estás?' in white text. The background is light blue with faint icons of a smartphone, a laptop, and a tablet. There are also some dashed lines on the left side.

**¿En qué redes
sociales estás?**

Tienes un perfil en redes sociales?



En qué redes sociales estás?



An illustration of a hand pointing at a tablet screen. The tablet is orange and displays the text 'Qué red social y porqué'. The background is light blue with faint icons of a smartphone, a laptop, and a tablet. There are also some dashed lines on the left side.

Qué red social y porqué

Lo más
importante:
¿dónde está
nuestro
público?



Conocimiento redes | Conocimiento espontáneo



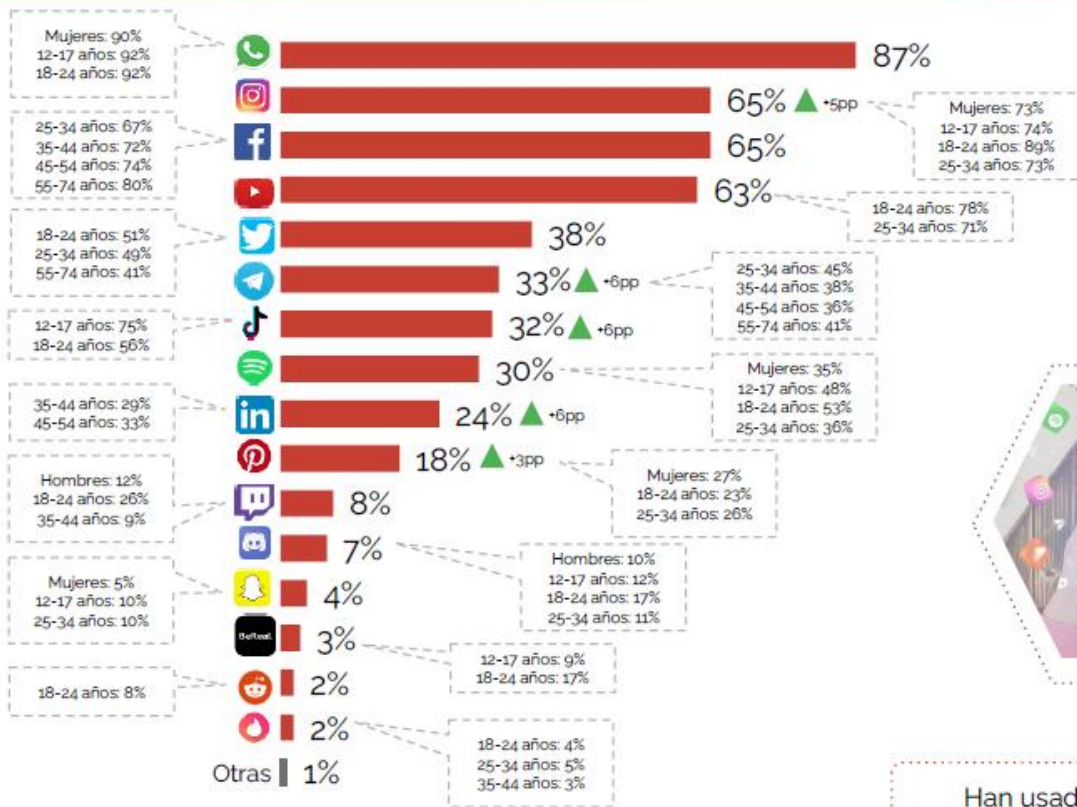
Facebook sigue siendo la **red más conocida** de forma espontánea, como en ediciones pasadas. Le siguen **Instagram y Twitter**.

En esta edición **siguen incrementando de manera significativa las menciones en espontáneo de TikTok**, que aumenta +6pp respecto a 2022.

De forma espontánea, los **usuarios conocen 3,7 redes**, similar a la edición anterior (3,6 en 2022).

Kiwi, la nueva red analizada este año, no está en la mente del usuario de forma espontánea, 0% de conocimiento espontáneo.

Penetración redes | Último mes



WhatsApp sigue siendo la red más utilizada en el último mes, seguida de Instagram, Facebook y YouTube.

Telegram, TikTok, LinkedIn, Instagram y Pinterest aumentan su penetración respecto a 2022.



Han usado en promedio **4,8 redes** en el último mes

Abandono de redes

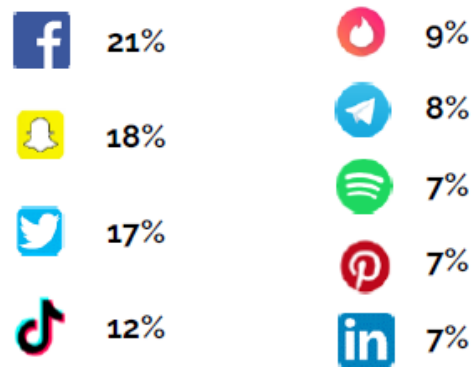
Continúa la misma tendencia de abandono de redes sociales, **3 de cada 10 usuarios han abandonado** alguna Red Social en los últimos 12 meses. **Facebook** es la red que más se abandona, seguida de **Snapchat, Twitter y TikTok**.

¿Han abandonado o dejado de visitar alguna RRSS en el último año?



Base usuarios RRSS: 850

Las Redes Sociales que han abandonado son...



Base han abandonado: 282

Percepción de la Red Social (I)



Base conocen: 781



Base conocen: 781



Base conocen: 764

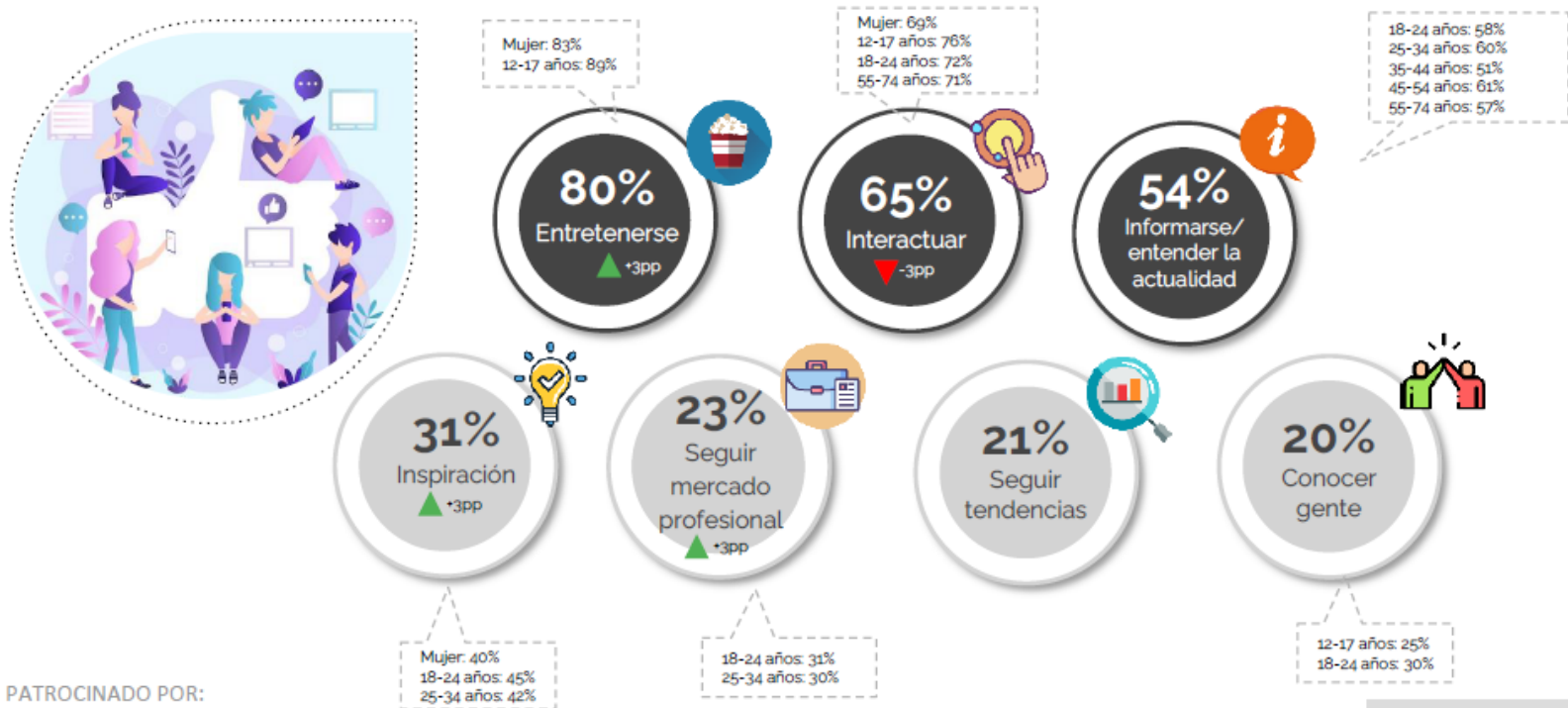


Uso de redes | Actividades realizadas (I)

Entretenerse, interactuar e informarse son los tres motivos principales para usar las redes sociales.

Las mujeres usan más las redes para **entretenerse, interactuar e inspirarse**.

Por tramos de edad, los usuarios de **18 a 24 años** destacan en la mayoría de usos, especialmente por el uso de redes para **interactuar, informarse, inspirarse, seguir el mercado profesional y conocer gente**.



PATROCINADO POR:

¿Alguna pregunta?

TW

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

↑ contenido diverso, fácil
mantenimiento

↑ facilita la conversación

↓ 280 caracteres
↑ hilos
↑ streamings
↑ listas
↑ encuestas

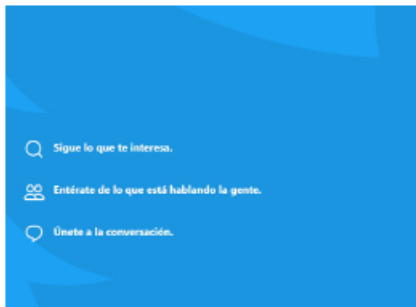
Ejemplos de personal investigador en Twitter / X

| Autoría | Descripción del perfil en Twitter | Área del conocimiento |
|---------------|---|------------------------|
| @BoixRichter | Biólogo, doctorado en Ecología Evolutiva Divulgando Ciencia Autor de EL PRIMATE QUE CAMBIÓ EL MUNDO Ecología Genética Evolución | Biología |
| @Martasvm | PhD In Economics • Interested In Int. Econ, Public Policy, Environment & Behavior • Opinions are only my own | Economía |
| @antigua_roma | Ego sum @nestormarques ¡Que los dioses nos ayuden! #HijoRomano #BulosHistóricos El Condensador de Fluzo Celebrando 10 años de divulgación | Arqueología |
| @Malnutricio | Investigo y enseño Nutrición y Comunicación Científica en @CSIC y @pablodeolavide https://javiensperona.com/cv ORCID:0000-0001-5919-993X | Nutrición |
| @pquilon | Epidemiólogo y profe en @UAHes. Investigo sobre desigualdades, ciudades y salud, pero leo tebeos. En @csilesta. "Epidemiocracia" @Capitan_Swing | Epidemiología |
| @SimonPerera | Por un mundo mejor a través de la evolución @ProtoQSAR, @UABBarcelona, @IBE_Barcelona 🦋🦋🦋 @PRISMciencia #SciComm @BCInspiracy @AComCientifica #lenguaraz | Divulgación científica |
| @MasTwitts | Médico #NeuroPediatra Me fascina el «imperfecto cerebro humano» Lo cuento en @NEC_blog y en mis libros «La aventura de tu cerebro» «El cerebro en su laberinto» | Medicina |
| @MarGomezH | Doctora en Físicas. Responsable de meteorología @eltiempos @COPE_es @QuoRevista info@margomez.com https://t.co/I9nITB9X0J | Astrofísica |

Gil, L., & Guallar, J. (2023). Científicos en redes sociales. Divulgación y curación de contenidos en twitter: taxonomía y casos. *index.Comunicación*, 13(1), 55–77. <https://doi.org/10.33732/ixc/13/01Cienti>

Twitter / X

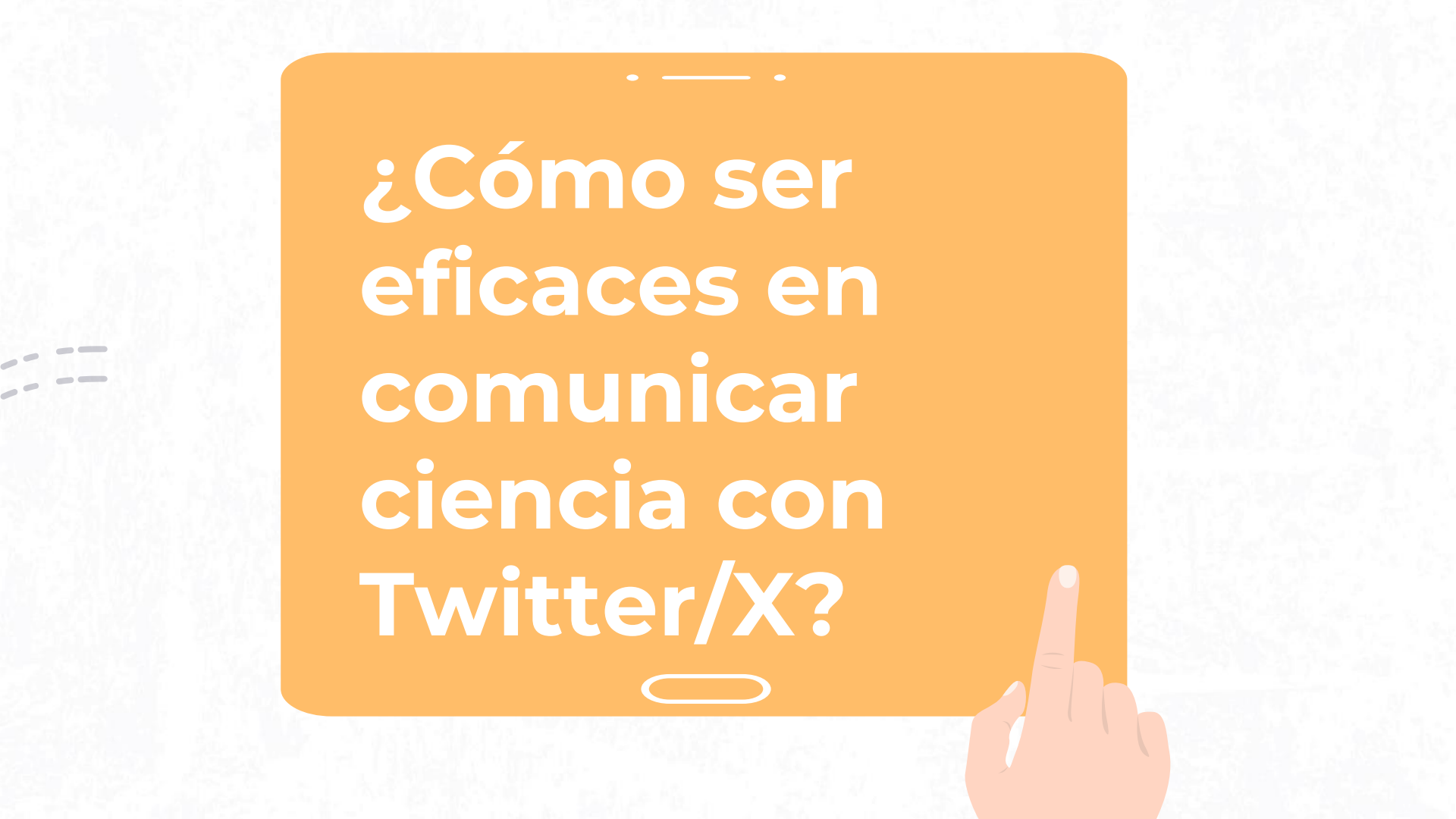
1. Registrarse



2. Completar el perfil

3. Buscar a quién seguir

4. Publicar el primer tuit (escoger idiomas!)

A hand is pointing at a tablet. The tablet screen is orange and displays the text '¿Cómo ser eficaces en comunicar ciencia con Twitter/X?'. The background is light blue with faint icons of a microscope, a person, and a globe. On the left, there are dashed lines representing a speech bubble.

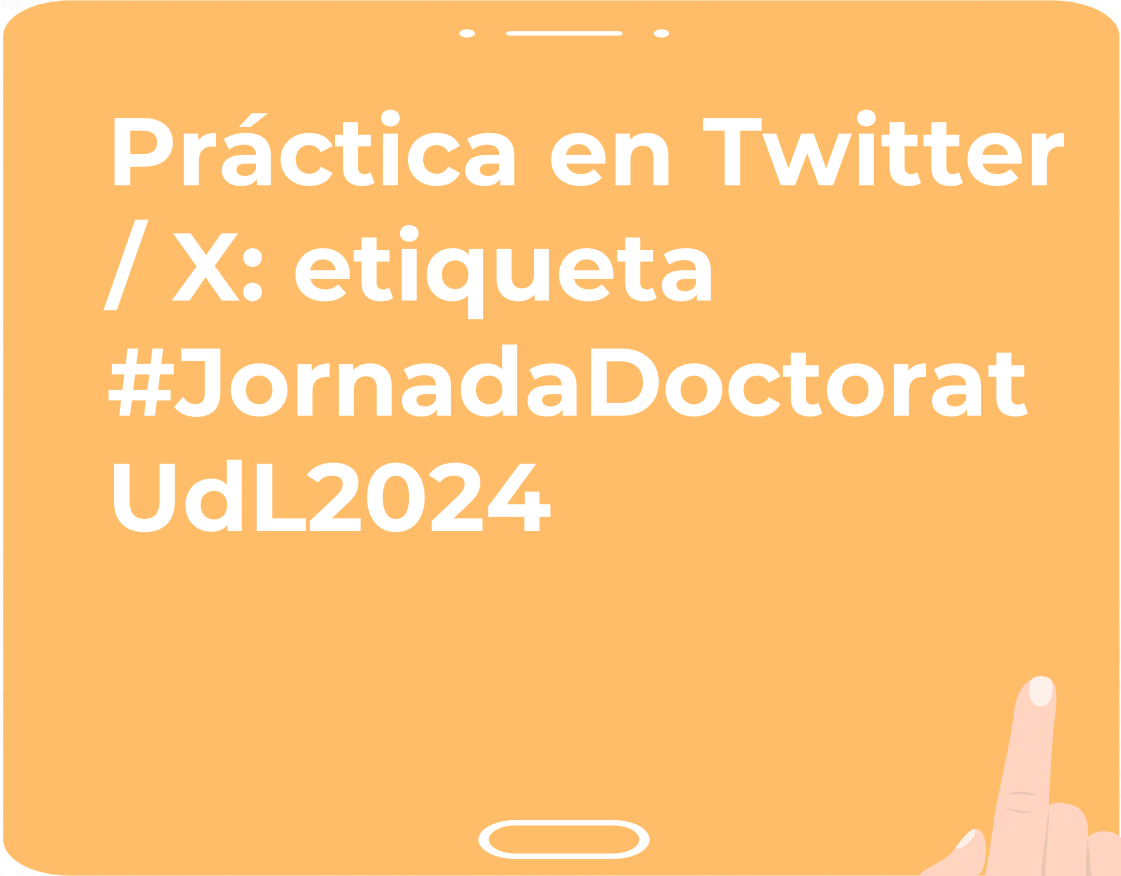
**¿Cómo ser
eficaces en
comunicar
ciencia con
Twitter/X?**

Twitter/X

1. Los tuits con mayor 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. Del mismo modo, 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 Twitter/X en una jornada/congreso

1. **Hashtag** / Etiqueta.
2. **Prèvia** con la imagen del programa.
3. Aporta contenido de **valor y multimedia**.
4. Construir **hilos**.
5. **Etiqueta** a otras personas/entidades.
6. Crea una **lista** de usuarios.

An orange tablet with rounded corners is centered in the image. At the top center of the tablet, there are three small white dots and a horizontal line, resembling a status bar. At the bottom center, there is a white oval shape representing a home button. A hand with a pinkish skin tone is shown at the bottom right, with the index finger pointing upwards towards the text on the tablet. On the left side of the image, there are some faint, dashed grey lines.

**Práctica en Twitter
/ X: etiqueta
#JornadaDoctorat
UdL2024**

Futuro de Twitter / X:

- Se llega a menos personas, pero se interactúa más (más engagement).
- Si quieres generar reconocimiento de marca e interacciones, puede ayudarte.

FB

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

↑ contenido diverso, fácil mantenimiento

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

? Meta

Actualmente no se aconseja iniciarse en esta red social.



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.

An orange rounded rectangle representing a tablet. At the top center, there are three dots: a small dot, a horizontal line, and another small dot. At the bottom center, there is a white pill-shaped notch. On the right side, a hand is pointing upwards with the index finger. On the left side, there are two horizontal dashed lines.

Futuro de Facebook:

- **Uso en descenso por parte de las marcas.**
- **Buenos datos de los Reels.**

IG

↑ audiencias más jóvenes, en crecimiento uy rápido

↓ el contenido visual puede ser una barrera

↓ hasta cierto punto la conversación es limitada

↑ feed + stories
↑ IG live y collab
↑ encuestas



europespaceagency

Seguir

Enviar mensaje



4234 publicaciones

3 M seguidores

122 seguidos

ESA - European Space Agency

europespaceagency

Organización intergubernamental

Bringing the wonders of the Universe and Earth to the palm of your hands.
Use #yourESA for collaboration.

@ESA_Earth


www.esa.int/ConnectWithUs + 4

ralves001, alfredo_corell, fundaciojanoro y 4 más siguen esta cuenta

Instagram

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



dr.anamolina 

Siguiendo ▾

Enviar mensaje




944 publicaciones

193 mil seguidores

705 seguidos

Ana Molina-Dermatóloga

 dr.anamolina

Salud/belleza

★ Dermatóloga MD PhD

📍 @sabervivir_tve @rne @telemadrid

📖 Podcast @depielacabeza

📖 Libro: "Piel sana, Piel bonita"

👩‍⚕️ Profesor Dermatología UAM

🌐 youtube.com/@dr.anamolindermatologa5494

Futuro de Instagram:

- Las 'stories' y los 'reels' son los formatos en crecimiento.
- Vídeos y carruseles.
- Mantener la atención.



jasantaolalla ✓

Seguir

Enviar mensaje



3747 publicaciones

2,4 M seguidores

555 seguidos

Javier Santaolalla Camino

@jasantaolalla

Dr en Física e ingeniero

Investigué en CERN. Leer como forma de vida

Briviesca en la sangre, Canarias en el ❤️

✉️ contratacion@javersantaolalla.es

🔗 youtu.be/HVZaH_mLdLY?si=CtZZyrzQBqo0iHjR + 1

robertsanta, tusocialmedia, alfredo_corell y 10 más siguen esta cuenta





977 publicaciones

15,3 mil seguidores

309 seguidos

CSIC Divulga

Cultura Científica CSIC.

En el CSIC nos gusta hacer ciencia y también compartirla. Te contamos nuestras iniciativas de divulgación.

www.csic.es/es/ciencia-y-sociedad

thecuriousamygdala, tusocialmedia, scicommuvic y 12 más siguen esta cuenta



Libros



Blog CSIC II



Ciencia Barrio



Ciudad Ciencia



csicXmas



#FOTCIENCIA



FOTCIENCIA19

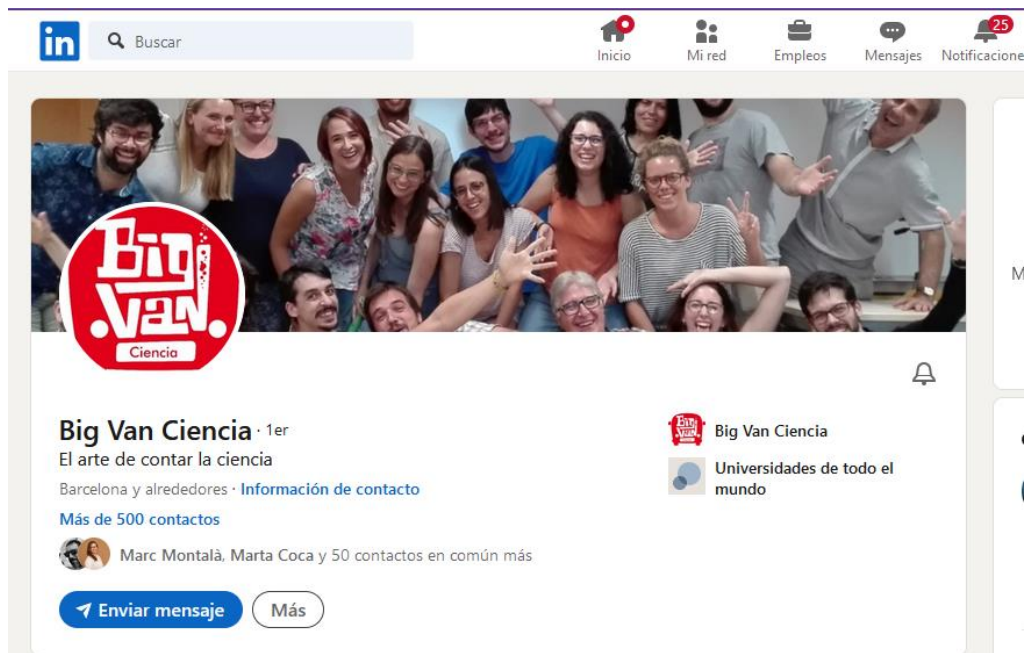


Práctica em Instagram: 5'



LinkedIn

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



The screenshot shows the LinkedIn profile of 'Big Van Ciencia'. At the top, there is a navigation bar with the LinkedIn logo, a search bar, and icons for 'Inicio', 'Mi red', 'Empleos', 'Mensajes', and 'Notificaciones' (with a 25 notification badge). The profile header features a large group photo of diverse people, with a red circular logo overlaid that says 'Big Van Ciencia'. Below the photo, the profile name 'Big Van Ciencia · 1er' is displayed, followed by the tagline 'El arte de contar la ciencia'. The location 'Barcelona y alrededores' and a link to 'Información de contacto' are shown, along with 'Más de 500 contactos'. A secondary logo for 'Big Van Ciencia' and the text 'Universidades de todo el mundo' are visible on the right. At the bottom, there are buttons for 'Enviar mensaje' and 'Más', and a mention of 'Marc Montalà, Marta Coca y 50 contactos en común más'.

TIP: Cuida tu perfil



Meritxell Soria Yenez

Periodista - Comunicación Científica - Comunicación corporativa -
Responsable de comunicación 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.

Futuro de LinkedIn:

- De 2022 a 2023, vemos que LinkedIn es más eficiente: menos posts, pero más potentes y subida en engagement.
- Para 2024, debe ser un contenido con mayor posibilidad de compartirse.

== YouTube



== YouTube



Futuro de YouTube:

- **Mejorar la calidad y promoción del contenido para aumentar la interacción y la participación de la audiencia.**
- **Estrategias específicas para mejorar la retención de la audiencia.**

Tik Tok



ladyscience
Lady Science

[Seguir](#)

250 Siguiendo 724.2K Seguidores 10.9M Me gusta

Doctora en Biomedicina [📄](#)
Docente Universidad
Autora: "Eres un milagro andante!" ❤️
[🔗 linktr.ee/Ladyscience](https://linktr.ee/Ladyscience)

Videos [🔒 Me gusta](#)

Listas de reproducción

| | |
|---|--|
|  <p>Cuadernos de verano 3 publicaciones</p> |  <p>Mundo Microscópico 2 publicaciones</p> |
|---|--|



lagatadeschrodinger

La gata de Schrödinger

[Seguir](#)

399 Siguiendo 118.6K Seguidores 3M Me gusta

Divulgando la ciencia con La gata de Schrödinger

contacto@gatadeschrodinger.com

[🔗 go.podimo.com/es/rocioidal](https://go.podimo.com/es/rocioidal)



jasantaolalla ✓

Javi Santaolalla

[Seguir](#)

90 Siguiendo 4.6M Seguidores 193.8M Me gusta

Javier Santaolalla

Doctor en física de partículas

Videos largos en YT 🖱️

[🔗youtu.be/7W5xB4yt2Sc?si=t...](https://youtu.be/7W5xB4yt2Sc?si=t...)

Futuro de TikTok:

- **Saturación del contenido, se tendrán que crear estrategias más efectivas para mantener el compromiso de las personas.**

Twitch

CANALES RECOMENDADOS 4/1

- alexelcapo 5072
- Liobet4 272
- SirMaza 2911
- MenosTruce 3861
- Spursito 4367
- Runaclark 3550
- agustin51 5310
- Viviendoenacalle 1806
- Gemita 1566
- paulacg_ 454

LaHiperactina [Seguir](#) [Suscribirse](#)

¡Has desbloqueado El Round de Fin de Año!

No te lo pierdas: **un 25 % de descuento en suscripciones y regalos hasta el 2/1.**

Se aplican condiciones. [Más información](#)

Inicio Acerca de Calendario **Videos** Chat

Filtrar por Predeterminado

DESCONECTADO

¡Te presentamos a Scenio!

Hacemos la ciencia de forma creativa, divulgación con flow... llámalo como quieras. El caso es que nos puedes v...

[¡Síguenos en Twitter!](#)

[¡Síguenos en Instagram!](#)

[Activar notificaciones](#)

metabola, antonova

Threads

←

Ana Molina-Dermatóloga

dr.anamolina threads.net

- ★ Dermatóloga MD PhD
- 💡 @sabervivir_tve @rne @telemadrid
- 📌 Podcast @depielacabeza
- 📖 Libro: "Piel sana, Piel bonita"
- 👨‍⚕️ Profesor Dermatología UAM

👤 9.836 followers · youtube.com/@dr.anamoliner...

Following Mention

Threads Replies Reposts

☆ First thread

dr.anamolina 1h ...

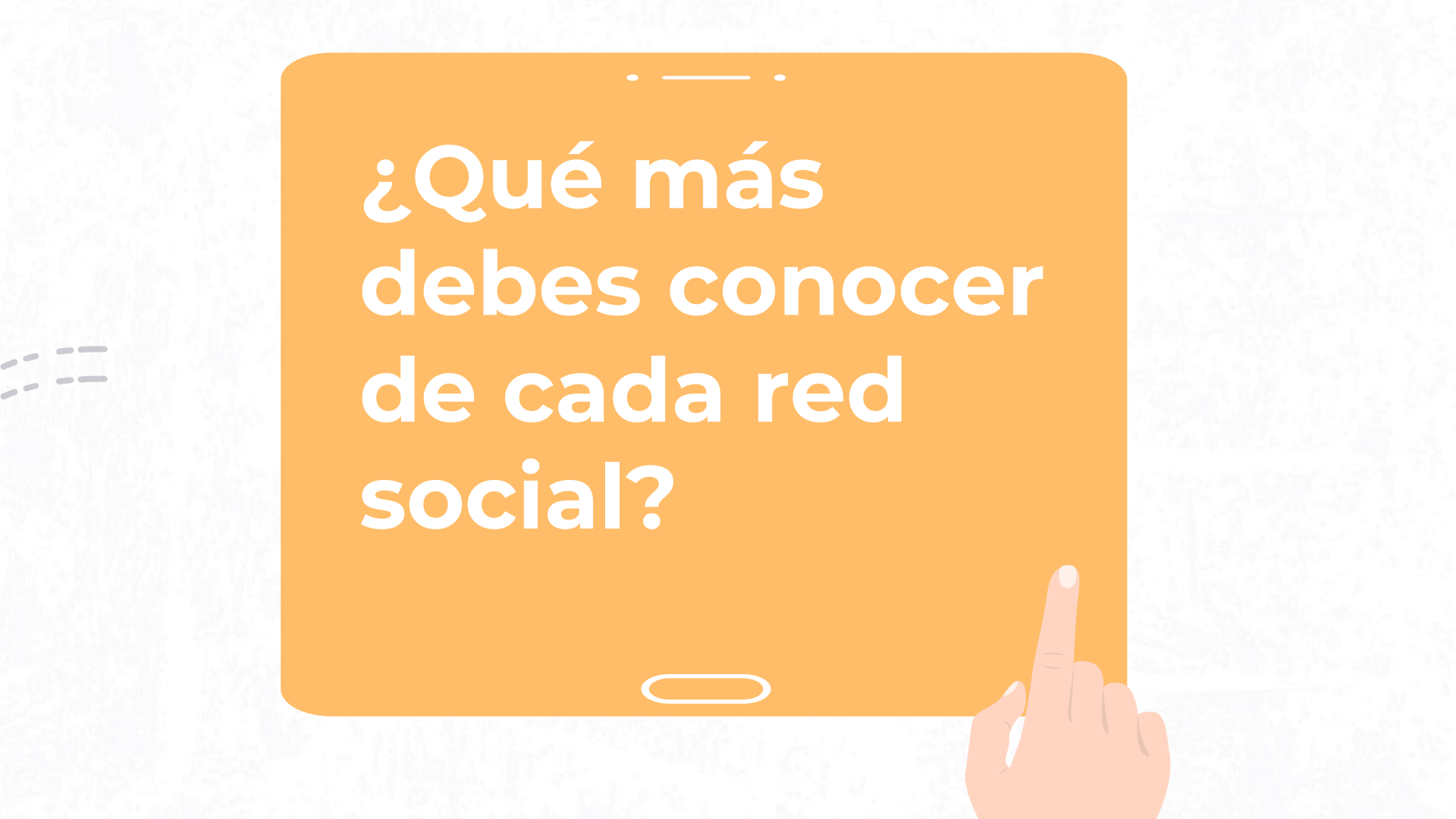
Acabo de abrir esto por primera vez así que un poco perdida aún 😊😊😊 pero ¡FELIZ NAVIDAD!

10 replies · 20 likes

Twitch

Futuro de Twitch:

- Calidad versus Cantidad

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, a laptop, and a tablet. On the left side, there are dashed lines representing a speech bubble or a list.

**¿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, una orientación que cada usuario puede modificar de acuerdo a su experiencia:



LU-JU-VI-DO
15-16h y 21-22h



De LUN a VIE
15-16h y 21-22h

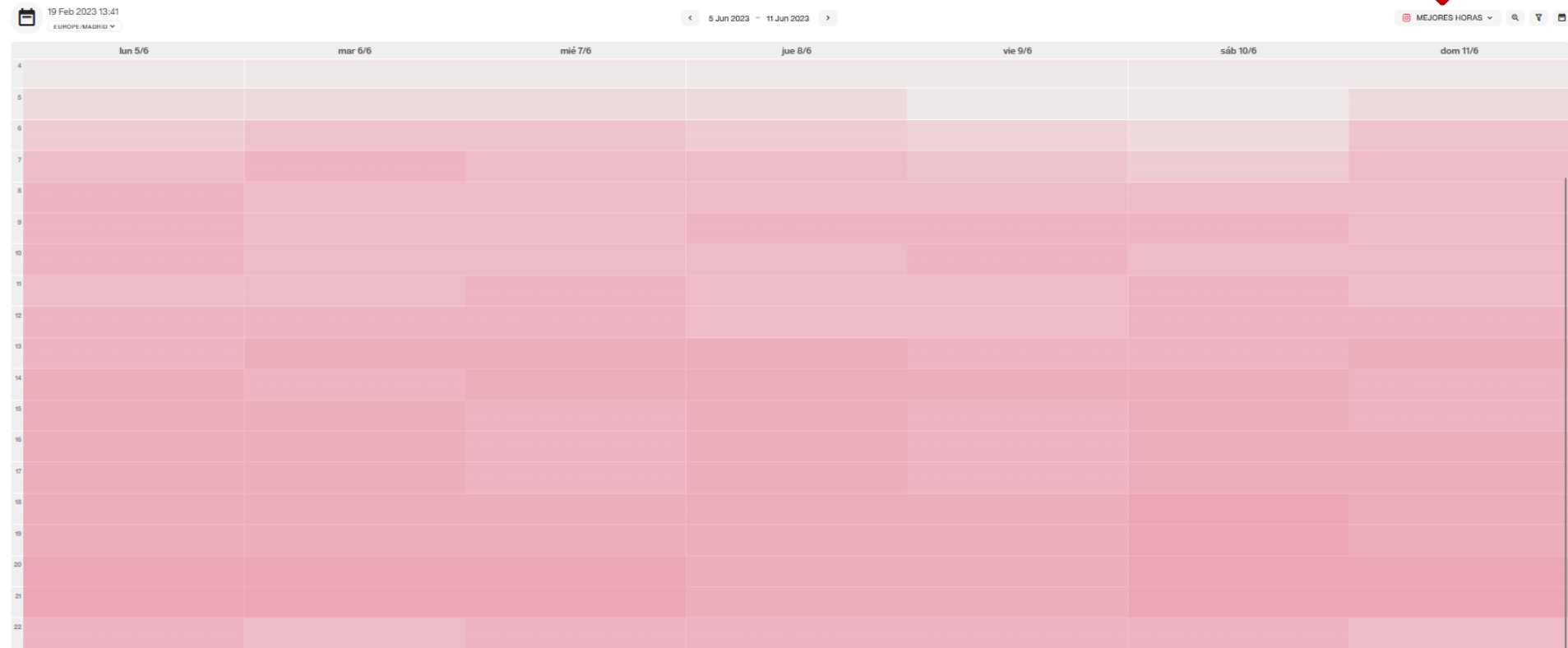
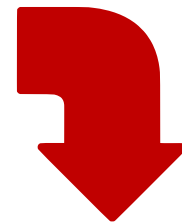


MA-MX-JU
10-11h



VI-MX-SA- JU
15-16h, 18.30-
19.30, y 20.30-
21.30

Programas de gestión: Metricool



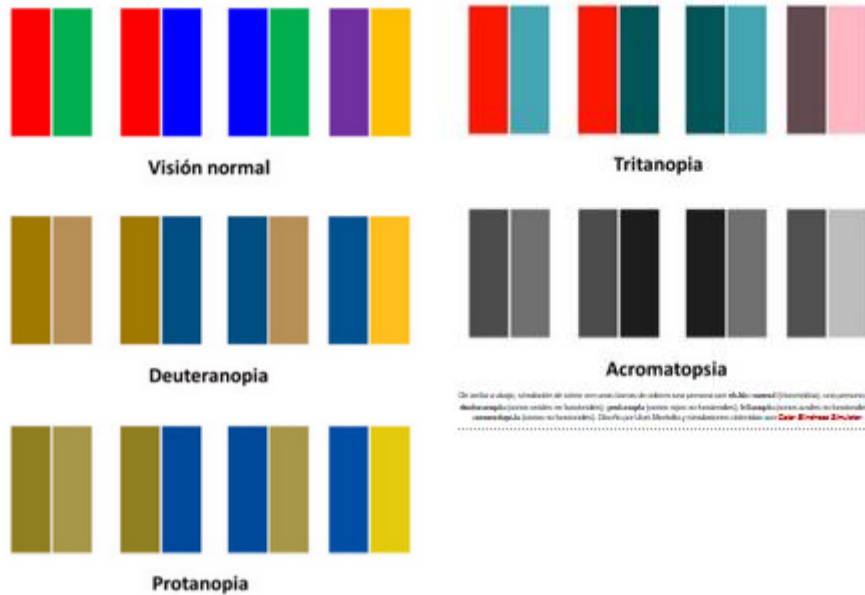
4 Bonus

A hand holding a sign that says "Infografías". The sign is a light gray rectangle with the word "Infografías" written in a bold, dark purple font. The hand is a light skin tone, and the person is wearing a dark purple sleeve. The background is white with some faint, dashed lines in the top left corner.

Infografías

Características

1. Colores: **'Porque la realidad es que no todas las personas percibimos los colores de la misma manera'** Lluís Montoliu.



La solución está en el morado y el naranja, Lluís Montoliu

Características

La solución está en el morado y el naranja, Lluís Montoliu

Están prácticamente en ambos extremos del espectro y **transmiten un contraste máximo**, que no se pierde cuando se altera la percepción de los colores sea en deuteranopia, protanopia, tritanopia e incluso en ausencia de colores, en la acromatopsia. **Por eso recomiendo siempre usar el morado y el naranja** para ilustrar ideas o conceptos que queremos presentar como diferentes en gráficos.

Característiques

1. Acciones inclusivas
 1. Lenguaje
 2. Representación de imágenes



Eina d'autoavaluació

Eina dissenyada per identificar el grau d'inclusivitat dels projectes d'educació científica. Permet identificar les barreres d'aprenentatge de les activitats i serveix com a guia de partida per crear canvis metodològics en les propostes.

Orientada a entitats de l'entorn científic que disposen de diferents recursos i projectes dirigits a l'àmbit educatiu.

Guia de bones pràctiques

Guia amb recomanacions per a l'atenció a la diversitat en les activitats d'educació científica.

Orientada a talleristes de la comunitat científica que no disposen de formació específica d'atenció a la diversitat.

Tipos de infografías

Visualizar datos



Barras
Comparar datos, alineándolos en la base



Tartas
División de un total (%)



Barras apiladas
División de un total (%), más ordenado



Líneas
Evolución de un dato a lo largo del tiempo



Flujo
Ilustrar orígenes y destinos de diferentes cantidades



Áreas
Evolución de una tarta a lo largo del tiempo



Mapas
Ubicación geográfica (lugares o datos)



Círculos
Comparar datos, sin alinear, sobre un mapa o dibujo

Ilustrar



Iconos
Dibujos sencillos para ilustrar un concepto



Exterior
Imagen más elaborada de lo que se ve a simple vista



Corte
Eliminar una parte para ver el interior



Desmontar
Para explicar las partes de objetos complejos



Transparencia
Para mostrar el interior de seres vivos



Zoom
Mostrar dos cosas de tamaños muy distintos



Claves
Asignar un color o una forma a un concepto que se repite

Mostrar tamaños



Indicar
Señalar el tamaño sobre la imagen



Escala
Barra de una longitud conocida



Tamaño real
Solo para objetos pequeños y para imprimir



Comparar
Con un objeto de tamaño similar y bien conocido

Contar historias



Secuencia
Mostrar pasos que tienen lugar en un orden



Cronología
Secuencia donde las fechas (o las horas) importan



Escena
Conjunto de hechos que ocurren en un lugar



Comparación
Mostrar diferencias y similitudes




Flechas
Te guían en la lectura



Diagramas
Relaciones complejas



Metáforas
Comparar con algo conocido para explicar

A hand holding a sign that says "ChatGPT (ayuda con el mensaje)". The sign is a light gray rectangle with a dark purple border. The text is in a bold, dark purple font. The hand is a light skin tone, and the sleeve is dark purple. In the top left corner, there are three horizontal dashed lines.

ChatGPT
(ayuda con el
mensaje)

Práctica en ChatGPT



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 "Podcasts" is written in a bold, dark purple, sans-serif font. In the top-left corner of the overall image, there are three faint, horizontal, dashed lines.

Podcasts

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 pódcast 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 pódcast para divulgar UCC+I Complutense

Resumen

1. Público
2. Motivo / Objetivo (Porqué)
3. Canal (Red social)
4. Contenido





meritxell.soria@gmail.com



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



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

*Jornada de
Doctorat 2024*



Universitat de Lleida
Escola de Doctorat