

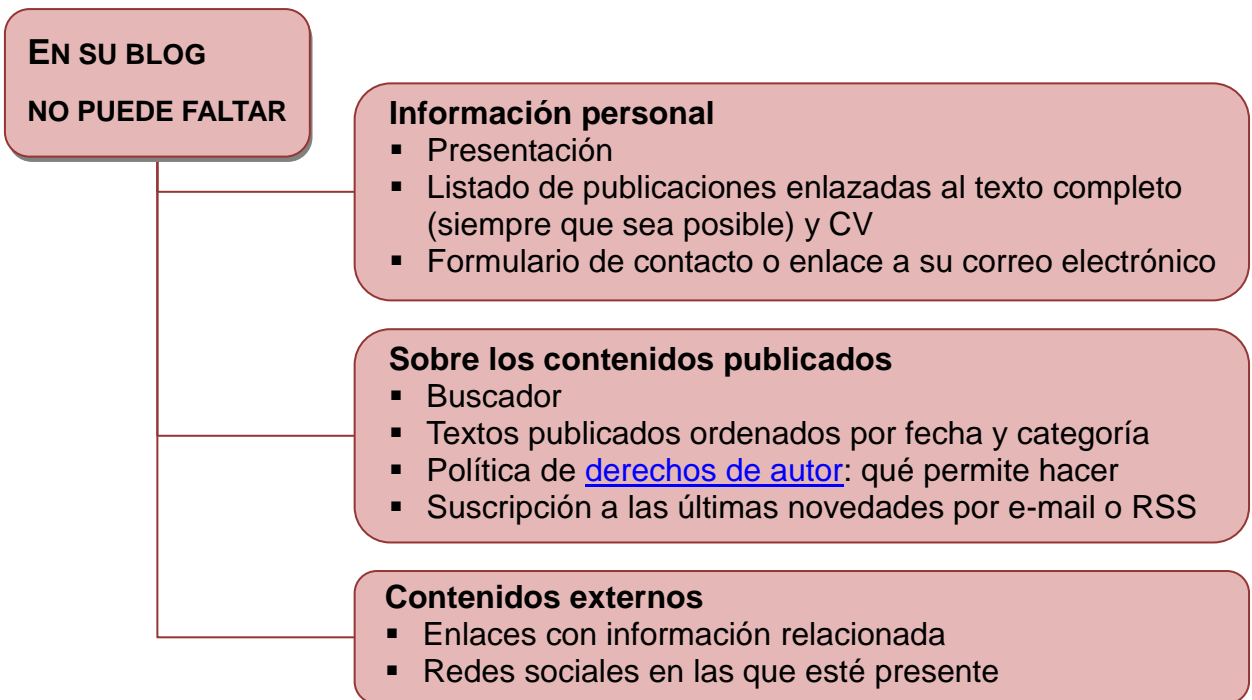
## Más visibilidad para su artículo con la web social

**La web social o web 2.0 se caracteriza porque todos sus servicios son participativos.**

**Los usuarios pueden compartir recursos y comunicarse de forma inmediata y simultánea.**

### Herramientas 2.0 útiles para difundir la investigación

- Para **compartir objetos digitales multimedia**:
  - Fotografías: [Flickr](#), [Picassa](#)
  - Video: [Youtube](#), [Vimeo](#), [Scivee](#)
  - Diapositivas: [Slideshare](#)
  
- **Blog**
  - Permite crear y mantener fácilmente un sitio web personal.
  - Contenido independiente del diseño, que se aplica mediante plantillas.
  - Facilita la comunicación, pues los lectores pueden opinar sobre los contenidos publicados, denominados post.
  - Los buscadores como Google rastrean los blogs.
  - [Blogger](#) o [Wordpress](#) son los portales más frecuentes para crear un blog, con tutoriales de ayuda.



### ➤ **Marcadores sociales**

- Permiten importar los favoritos recogidos en nuestro navegador a un sitio web, para que se puedan usar desde cualquier lugar y ordenador.
- Podemos además compartir y etiquetar esos contenidos para favorecer el descubrimiento de sitios web, pues se pueden buscar recursos a partir de palabras clave, los recogidos por una persona, o la frecuencia de las visitas.
- Los servicios de marcado social más usados son [del.icio.us](#) y su versión en abierto [de.lirio.us](#) y [Citeulike](#), centrado en materiales académicos.
- Este breve [artículo](#) le explicará su funcionamiento y ventajas.

### ➤ **Gestores de referencias sociales**

- Permiten, al igual que los gestores de referencia clásicos, recopilar, describir y organizar referencias bibliográficas. La ventaja añadida es la posibilidad de compartirlas, etiquetarlas y valorarlas, estableciendo relaciones con otros usuarios.
- El ejemplo más significativo es [Mendeley](#) de Elsevier.

## ➤ **Redes sociales**

- Crean grupos afines con los que compartir información, facilitando la colaboración.
- Son un medio excelente de difusión; aconsejamos la combinación de distintos tipos de redes usando siempre el mismo perfil.
- Redes sociales generales: [Facebook](#), [Twitter](#)
- Redes sociales científicas: [Mendeley](#), [Nature Network](#), [Research Gate](#), [ResearchID](#) (Thomson), [Academia](#)
- Redes sociales profesionales: [Linkedin](#)

## Para que nos conozcan y nos visiten

### ➔ **Los perfiles y cuentas en la web 2.0**

- ❖ Usarán el **mismo usuario**.
- ❖ Estarán **actualizados** frecuentemente.
- ❖ Con **palabras clave** añadidas en etiqueta, url, título... para facilitar el rastreo de los buscadores.
- ❖ Con **lazos de comunidad**, citando y enlazando grupos afines y favoreciendo el debate en nuestro sitio web.
- ❖ Conozca a sus usuarios estudiando las estadísticas de su sitio web.

### ➔ **Sobre los contenidos**

- ❖ Resúmenes atractivos enlazando al texto completo.
- ❖ Aprenda a **divulgar** su investigación adaptándose a los distintos tipos de lectores, pues no siempre encontrará expertos en su materia.
- ❖ Utilice **distintos formatos** para difundir sus investigaciones, enlazándolas en plataformas de gran audiencia, como presentaciones de diapositivas y [videos](#).

### ➔ **Sea activo**

- ❖ Participe y colabore en las comunidades con intereses afines y listas de distribución.
- ❖ Atienda las peticiones de entrevistas, artículos, presentaciones... aunque sea de forma breve.

Configure la firma  
del correo electrónico  
con URLs interesantes

## Recomendaciones para difundir su investigación

- **Publicar en abierto** siempre que sea posible: revistas open access o archivando una versión del artículo en repositorios institucionales y temáticos.
- Nuevas entradas en su **blog o web personal**, enlazando con el texto completo de sus artículos, entrevistas, videos y diapositivas. No olvide la web de su grupo de investigación.
- Actualizar con las nuevas publicaciones sus perfiles en portales bibliográficos, como [Dialnet](#), [ResearcherID](#) y [Google Académico](#).
- Utilice los **marcadores y gestores de bibliografías sociales**.
- **Listas de distribución** especializadas en su área de conocimiento.
- Comunicándolo a otros colegas e instituciones de su área de investigación por **correo electrónico**. Es aconsejable publicar colaborando con otras instituciones y grupos internacionales.
- Grupos temáticos dentro de las **redes sociales**, como Facebook o LinkedIn y en redes sociales científicas, como Research Gate y Mendeley.
- **Notas de prensa** para los medios de comunicación a su alcance, prestando atención a las **agencias de difusión científica**, como [SINC](#) de la FECYT, [E-Ciencia](#) y a nivel autonómico [Andalucía Investiga](#).
- Dentro de **su institución**, los boletines de novedades, apartados de noticias en la web, las Oficinas de Transferencia de Resultados de investigación (OTRI) presentes en todas las Universidades españolas desde 1989.

## Bibliografía

[Ciencia 2.0: aplicación de la web social a la investigación](#) (REBIUN, 2010)

[Difusión y divulgación científica por Internet](#), de [Cienciatec](#).

[Manual de Comunicación para Investigadores](#), de la Universidad de la Rioja.

Recomendaciones de [José Luis Orihuela](#), profesor de la [Universidad de Navarra](#).

[El laborioso proceso de la publicación científica: paper publicado, ¿trabajo terminado?](#), de [Investigagestores](#).

[Cómo hacer un video científico](#), de la Universidad Pompeu Fabra.

[Siete cosas que usted debería saber sobre marcadores colectivos](#),  
traducción realizada por Inmaculada Gómez Rey del [artículo original](#).

[Gestores de referencias sociales: la información científica en el entorno 2.0](#),  
publicado en Thinkipi 2010 por Julio Alonso-Arévalo.

**Para cualquier duda, pregunte al bibliotecario o póngase en contacto con nosotros  
tfno. 95 455 11 30**