



# Marketing Científico y Gestión de la Información en el proceso de la Investigación Científica



---

Mg. Josmel Pacheco-Mendoza (Perú)

Twitter: @josmel1

Mg.(c) Carlos Luis González-Valiente (Cuba)

Twitter: CLGValiente



# Porqué Marketing Científico?

*La fuerte competencia y la búsqueda de financiamientos, requieren que los científicos busquen maneras que su perfil de investigador sea más visible y aumenten el impacto dentro y fuera de la comunidad científica; las herramientas y servicios en línea pueden ayudar a comunicar y dar a conocer sus investigaciones de manera más eficaz.*

**One-click science marketing.** Nature Materials . 11, 261–263 (2012)  
<http://www.nature.com/nmat/journal/v11/n4/full/nmat3283.html>

# Contenido

1. Comunicación científica en la actualidad
2. La ciencia 2.0
3. Estrategias a seguir.

Gracias al **acceso abierto** y la **ciencia 2.0** podemos contribuir a aumentar la **visibilidad** en internet de las **publicaciones**.

# **Comunicación científica en la actualidad**

# El ciclo de la Investigación



# Revisando el artículo



# Introducción

El modelo de comunicación científica ha sido objeto recientemente de una transformación importante: el cambio de la "galaxia Gutenberg" a la "galaxia Web".

**The role of ego in academic profile services: Comparing Google Scholar, ResearchGate, Mendeley, and ResearcherID. 2016. (Online: <http://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2016/03/04/academic-profile-services-many-mirrors-and-faces-for-a-single-ego/>)**

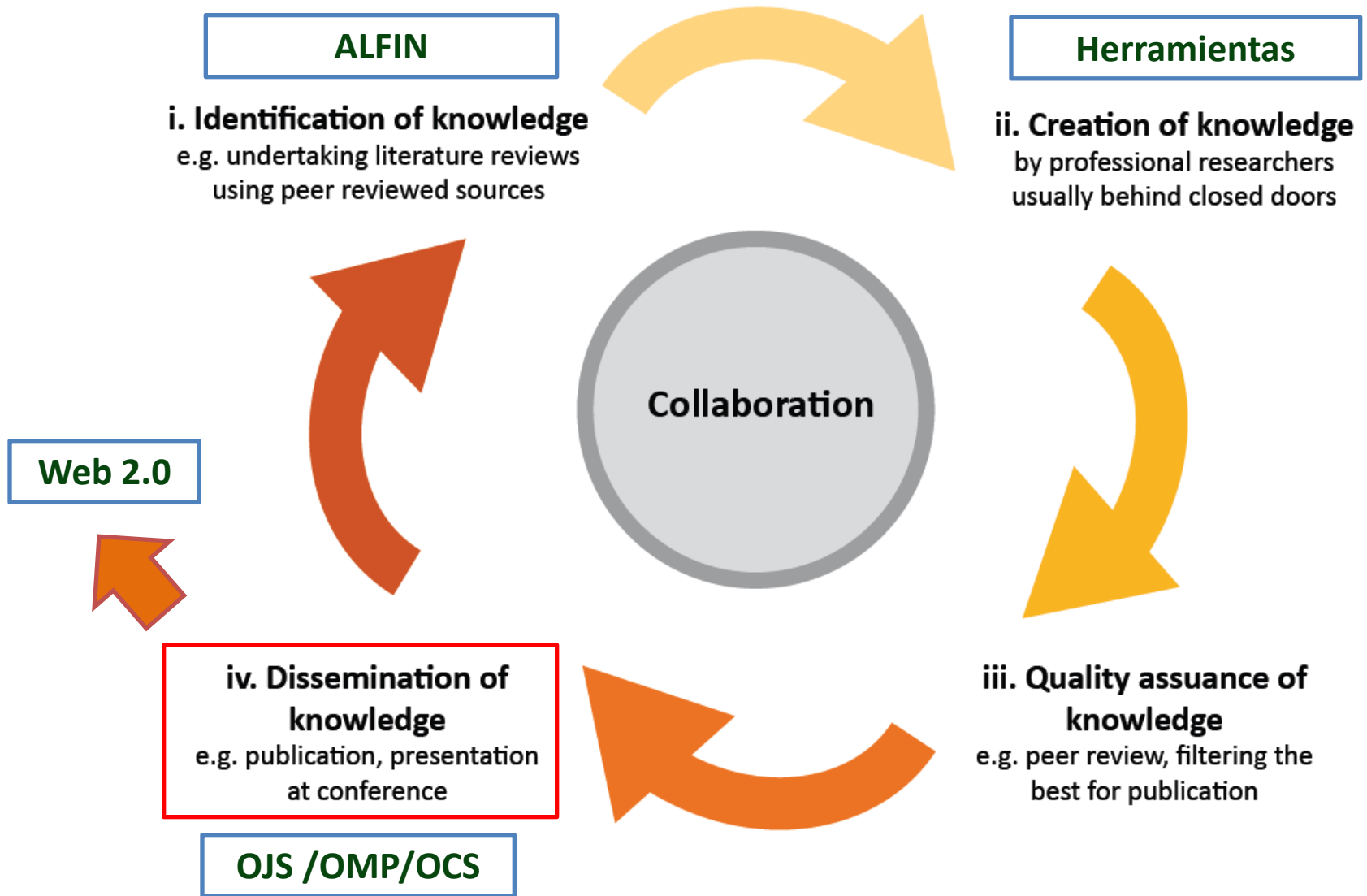
# Introducción

- La **Web 2.0** y sus herramientas son usadas a diario como medio de comunicación social por su **facilidad de uso**, por su **aceptación**; pero sobre todo, por su gran **impacto social**. Además también están siendo utilizadas para **aumentar la difusión de investigaciones**, los nuevos canales 2.0 pueden ser un escenario perfecto donde **difundir las publicaciones**.

# Introducción

- Las **herramientas 2.0** no son canales sustitutivos de los medios tradicionales sino más bien son **canales complementarios** (blogs o redes sociales científicas) **aumentando la visibilidad de la actividad investigadora** individual o del grupo de investigación al que pertenezcan.

# Ciclo de la investigación académica

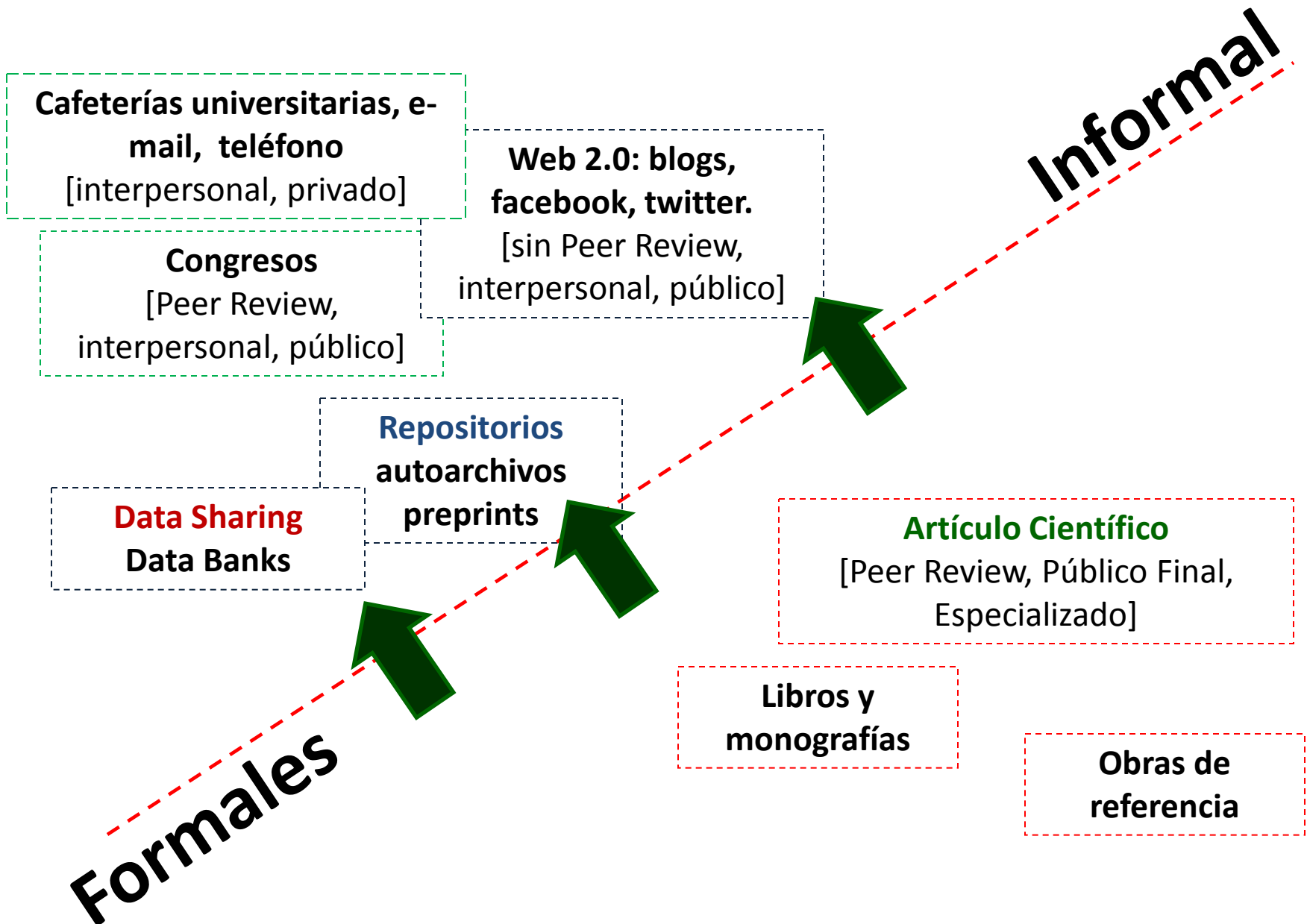


# ¿Por qué crees que los científicos publican artículos?



*Measuring the societal impact of research. 2012*

[Online] <http://www.lutz-bornmann.de/icons/emborimp.pdf>



# Lo que no debe hacerse con la ciencia



**Nature**, Volume 461, Number 7261. pp145-304.  
<http://www.nature.com/nature/journal/v461/n7261/>

**Data Sharing**

# ANTES DE INTERNET

- Uso de las **citas y medidas indirectas (FI)** para evaluar el impacto y difusión de las publicaciones.
- Es responsabilidad del **editor** diseminar tú trabajo.
- El **artículo impreso** era el formato definitivo del trabajo.
- La producción identificada **sólo** en las **bases de datos** (Ejemplo: wos, scopus, pubmed, etc.)
- El artículo como unidad mínima de comunicación.
- El **editor** tiene el control del **copyright**.

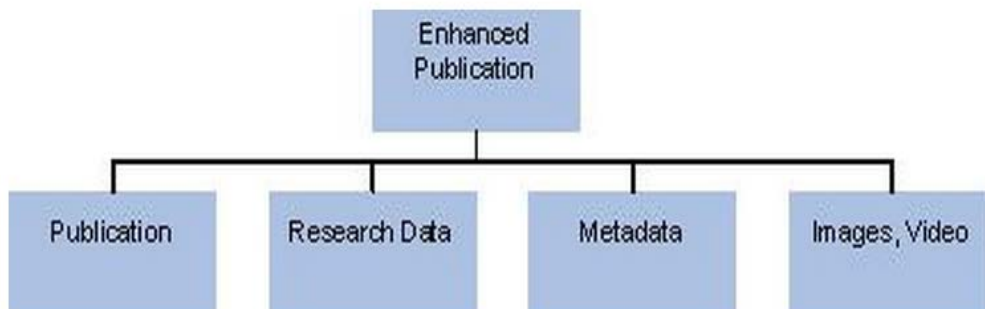
# AHORA CON INTERNET [2.0]

- **Otros posibles Indicadores** más ricos y variados para evaluar las contribuciones.
- Una **diseminación más efectiva** del trabajo está ahora en manos del autor.
- El **formato digital** está ya consolidado en la mayor parte de las áreas.
- **Muchas alternativas** para mantener informada a la comunidad de los trabajos.
- Los **datos** como unidad mínima de comunicación
- El **autor** tiene más **poder sobre sus contenidos.**

# The enhanced publication

## What is an enhanced publication?

An enhanced publication is a publication – usually a text – that has been enhanced with additional material. The publication may be an article in a journal, a dissertation, a report, a memorandum, or a chapter in a book. It must involve scientific or scholarly research and contain an interpretation or analysis of primary data or something derived from it. The supplementary material may consist, for example, of research data, illustrative images, metadata sets, or post-publication data such as comments or rankings. The option of changing post-publication data allows an enhanced publication to develop over the course of time.



eo **Waaijers**

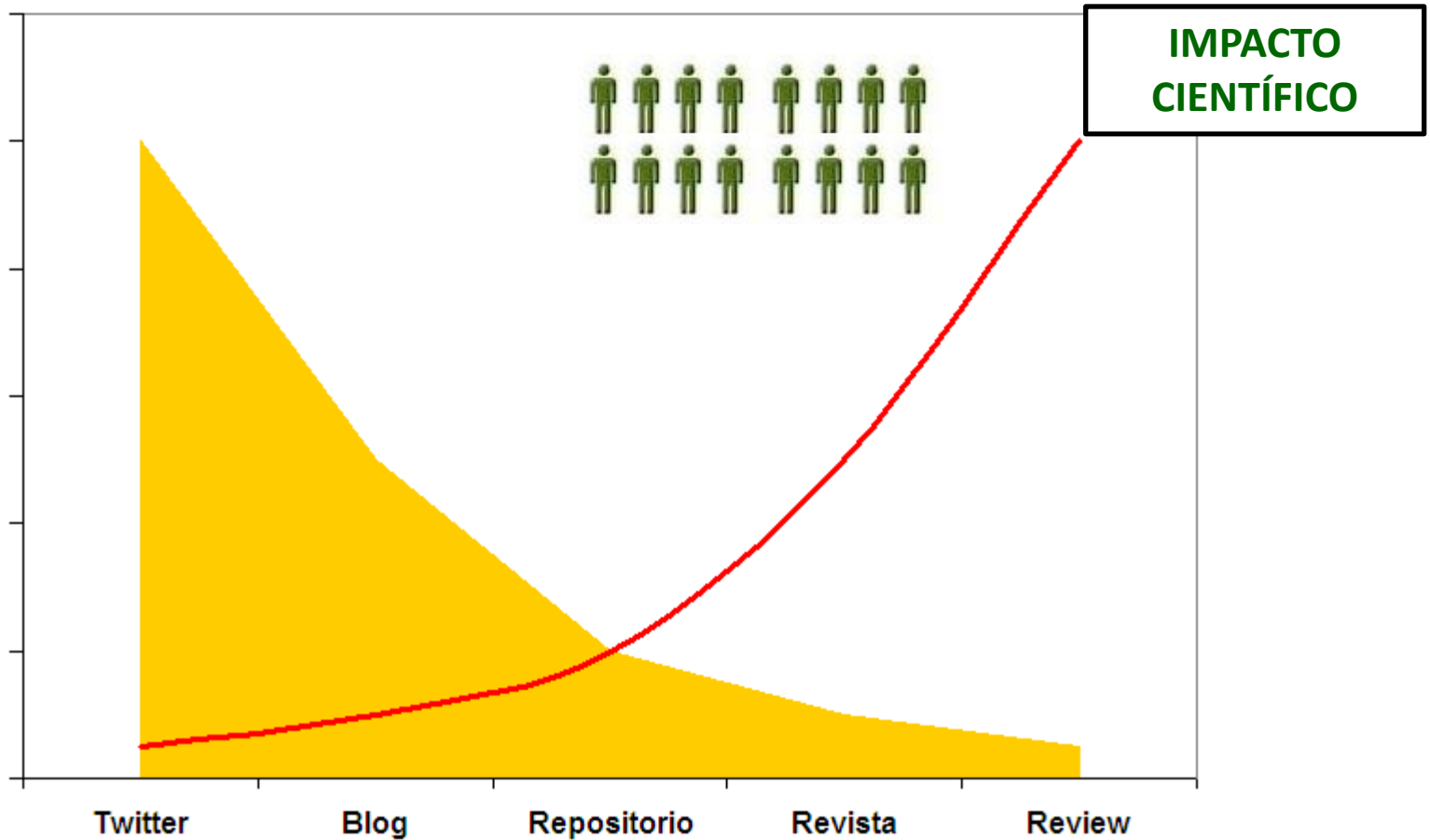


# La ciencia 2.0





# Inmediatez de la comunicación



Inmediato

2 años

Velocidad difusión

Fuente: Daniel Torres-Salinas

# Cosas que están cambiando con la ciencia 2.0

La forma de comunicarse



La forma de escribir



La forma de difundir información



La actitud



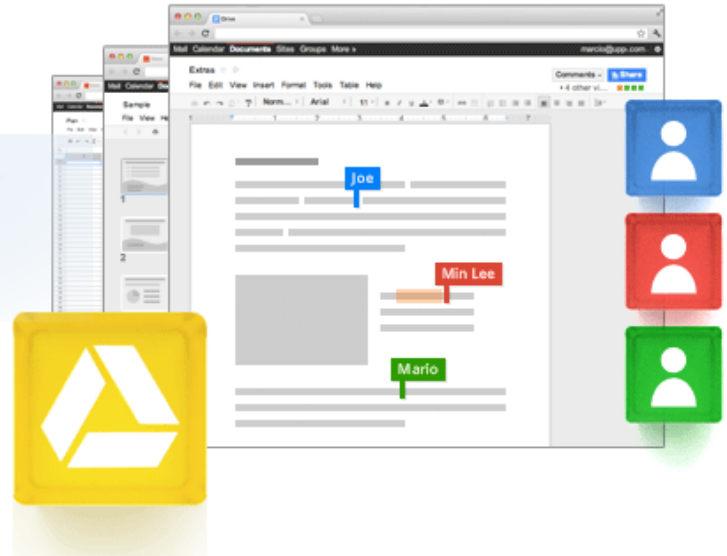
Todo en la Nube



# Cosas que están cambiando con la ciencia 2.0



**Escritura  
Colaborativa**



# Pasos básicos - Investigadores

- Intercambio de correos con amigos, informando sus trabajos

Inscripción en páginas:

- **Blogs**
- **Facebook,**
- **Twitter,**
- **SlideShare,**
- **ResearchGate,**
- **Academia.edu,**
- **Repositorios,**
- **BiomedExperts,**
- **Google Scholar,**
- **Mendeley**

# Blogs (Pára que sirven?)

## Primera versión de 2005

**Evaluación de la Ciencia y la Comunicación Científica**  
ec3noticias: Blog Bibliométrico del grupo EC3 de la Universidad de Granada

MARTES, DICIEMBRE 20, 2005

### ¿Qué leemos cuando leemos revistas científicas?

Hace unos años asistimos en el mundillo de la ciencia al conocido como *Caso Sokal* donde el astrofísico, Alan Sokal, a través de su obra [Imposturas Intelectuales](#) denunciaba y se mofaba de la utilización pseudo científica de las matemáticas por parte de los científicos sociales. El ataque tuvo su origen cuando en la revista *Social Text* colocó un artículo (*Transgressing the Boundaries: Toward a Transformative Hermeneutics*) posteriormente anunció en una conferencia que el artículo no tenía ningún significado. Lo sorprendente es que los revisores y editores de la revista manifestamente absurdos y que cualitativas en ciencias sociales ) Ciencias Duras. Sin embargo estos

**Contributors**

- Isidro F. Aguillo
- daniel torres salinas
- Rafael Baitón Moreno

**Links**

- Web del grupo EC3

## Versión para móviles de 2011

ec3noticias.blogspot.com/?m=1

## EC3noticias & Bibliometría en la Web

Blog Bibliométrico del Grupo Evaluación de la Ciencia y la Comunicación Científica (EC3) de la Universidad de Granada. 4ª ed. rev. y ampl.

lunes, junio 06, 2011

Aplicaciones de los smartphones y la web móvil en

## EC3noticias



## Versión 2016

sábado, agosto 23, 2014

### Google da un lavado de cara a sus Google Scholar Profiles=Google Scholar Citations

Antes de ayer, **jueves 21 de agosto de 2014**, Google decidió remozar la apariencia de sus Google Scholar Profiles, también conocidos como Google Scholar Citations, la herramienta lanzada en *versión beta restringida* el 20 de julio de 2011, y en *versión abierta* a todos el 16 de noviembre de 2011. El producto sigue teniendo la misma finalidad

- Permitir a los autores científicos construir un perfil bibliográfico con todas sus publicaciones, haciéndolo visible en los buscadores
- Posibilitar que los autores puedan seguir o ser seguidos por otros científicos, recibiendo alertas automáticas de las nuevas publicaciones y/o las nuevas citas
- Generar automáticamente unos básicos y primarios indicadores bibliométrico

y la misma filosofía: el "laissez faire, laissez passer". Se deja entera libertad a los autores para que puedan configurar el perfil a su entero gusto y beneficio desde su identificación personal, profesional y temática hasta la vinculación de la producción bibliográfica que estimen pertinente pasando por el modo de actualización del perfil (automático o no). El autor puede añadir, editar, y eliminar los registros bibliográficos tal como le venga en gana. Google se despreocupa de la posible veracidad y precisión de los datos y deja en manos del autor toda la responsabilidad sobre lo mostrado. Así pueden ocurrir situaciones tan extravagantes como:

- Que los autores cuenten con varios perfiles (Peter Jacso, Carlos Vega, Jesús Pla, Rafael Repiso...)
- Que escojan palabras clave para describir su orientación temática inadecuadas o tan peculiares y singulares que solo les representan a ellos mismos (telons, gendermetrics, gender\_studies\_scientometrics, vocabularios\_controlados...)
- Que vinculen a sus perfiles publicaciones que no les pertenecen (<http://scholar.google.com/citations?user=D1EHFZQAAAAAJ&hl=es>) o que se hagan pasar como propios los trabajos y las citas a ellos vinculados, en los que se actúa como traductor o editor de una obra (<http://scholar.google.com/citations?user=kFBTCq4AAAAAJ&hl=es>, <http://scholar.google.com/citations?user=DqYDDEAAAAAJ&hl=es>). Dien es verdad que, muchas veces esto ocurre por una actitud negligente del autor por no revisar periódicamente el perfil y eliminar las inclusiones automáticas de publicaciones no pertinentes (<http://scholar.google.com/citations?user=X9a75KwAAAAAJ&hl=es>).
- Que se manipulen las citas e indicadores bibliométricos (<http://online.library.wiley.com/enhanced/doi/10.1002/asi.23056>)

En cualquier caso, queda claro que la responsabilidad última es del autor y no alcanza a Google: el perfil retrata a quien lo elabora. Esta amplia autonomía que Google concede al autor trasluce la filosofía desde la que se ha diseñado este producto: un sistema de información orientado al usuario, pensado para su propia lib. El uso indebido de esta herramienta por parte de los autores constituye un tratamiento de las informaciones científicas

EC3 RESEARCH GROUP



Archivo del blog

Archivo del blog

Sobre ec3noticias

Bienvenido al blog del Grupo de Investigación *Evaluación de la Ciencia y la Comunicación Científica (EC3)* cuyos miembros son en su mayor parte de la Universidad de Granada. En este blog vamos colgando noticias sobre nuestras actividades científicas como publicaciones, cursos, participación en congresos, etc...

Colaboradores

Ábraro Cabezas Clavijo  
Enlillo Delgado López-Cózar  
Rafael Repiso Caballero  
Nicolás Robinson García  
Enrique de la Fuente

Enlaces EC3

) Introducción . El pasado día 27 de Mayo se >

# Anunciar nuestras publicaciones

lunes, enero 18, 2010

## Investigación de excelencia en España: ¿protagonistas o papeles secundarios?

Aunque llevaba ya un tiempo on-line os comunicamos la publicación en el último número de *Medicina Clínica* de un trabajo en el que tratamos el tema de la posición de las firmas en trabajos publicados en grandes revistas por autores españoles:

- **Jiménez-Contreras, Evaristo; Torres Salinas, Daniel; Ruiz-Pérez, Rafael; Delgado-López-Cózar, Emilio. Investigación de excelencia en España: actores protagonistas o papeles secundarios?. *Medicina Clínica* (Barcelona). 2010, vol. 134, N. 2, pp. 76-81.**



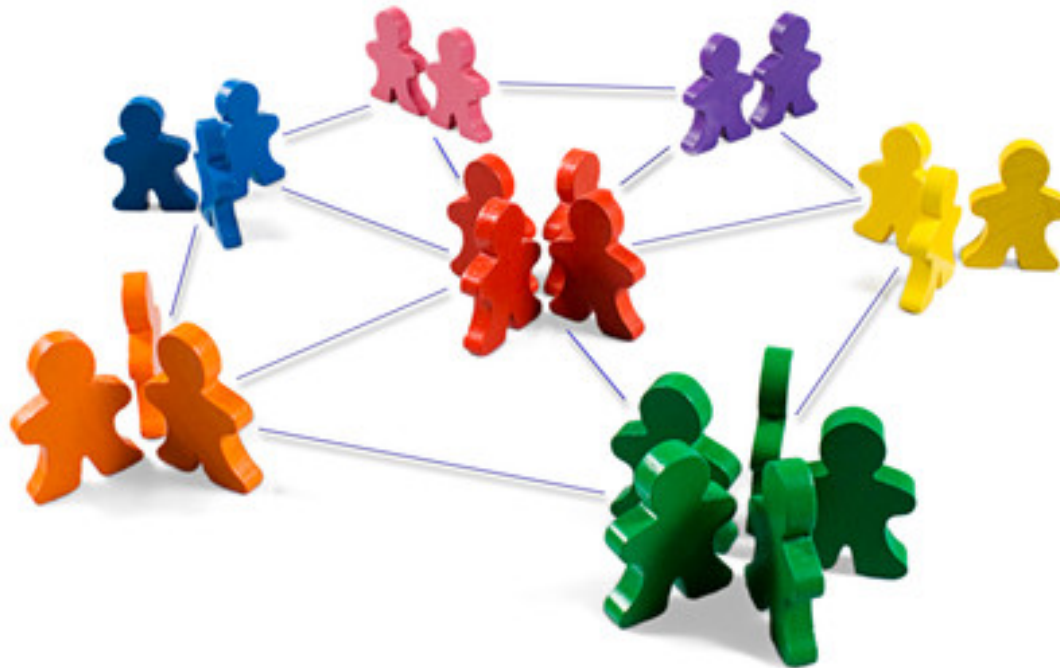
[[Descarga Pre-print](#)] [[Enlace a la revista](#)]

Publicado por daniel torres salinas en 12:03

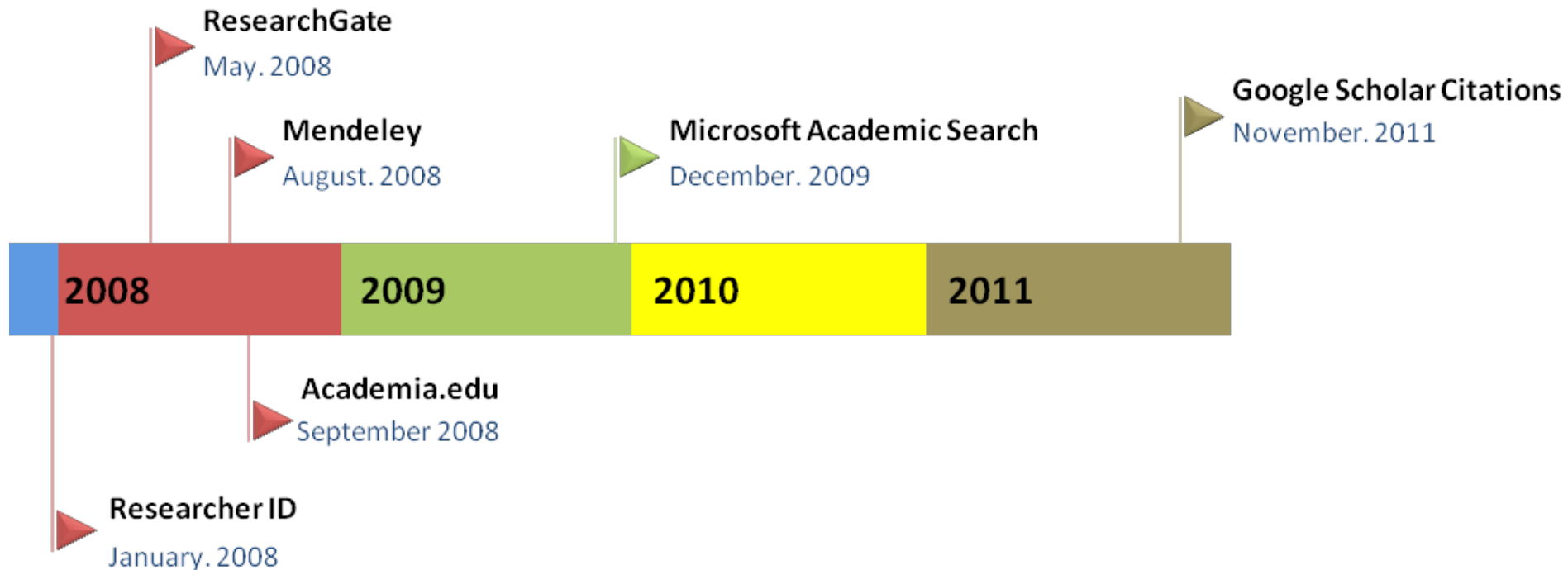
Etiquetas: Colaboración, indicadores, Posición Firmante

**Fuente: Daniel Torres-Salinas**

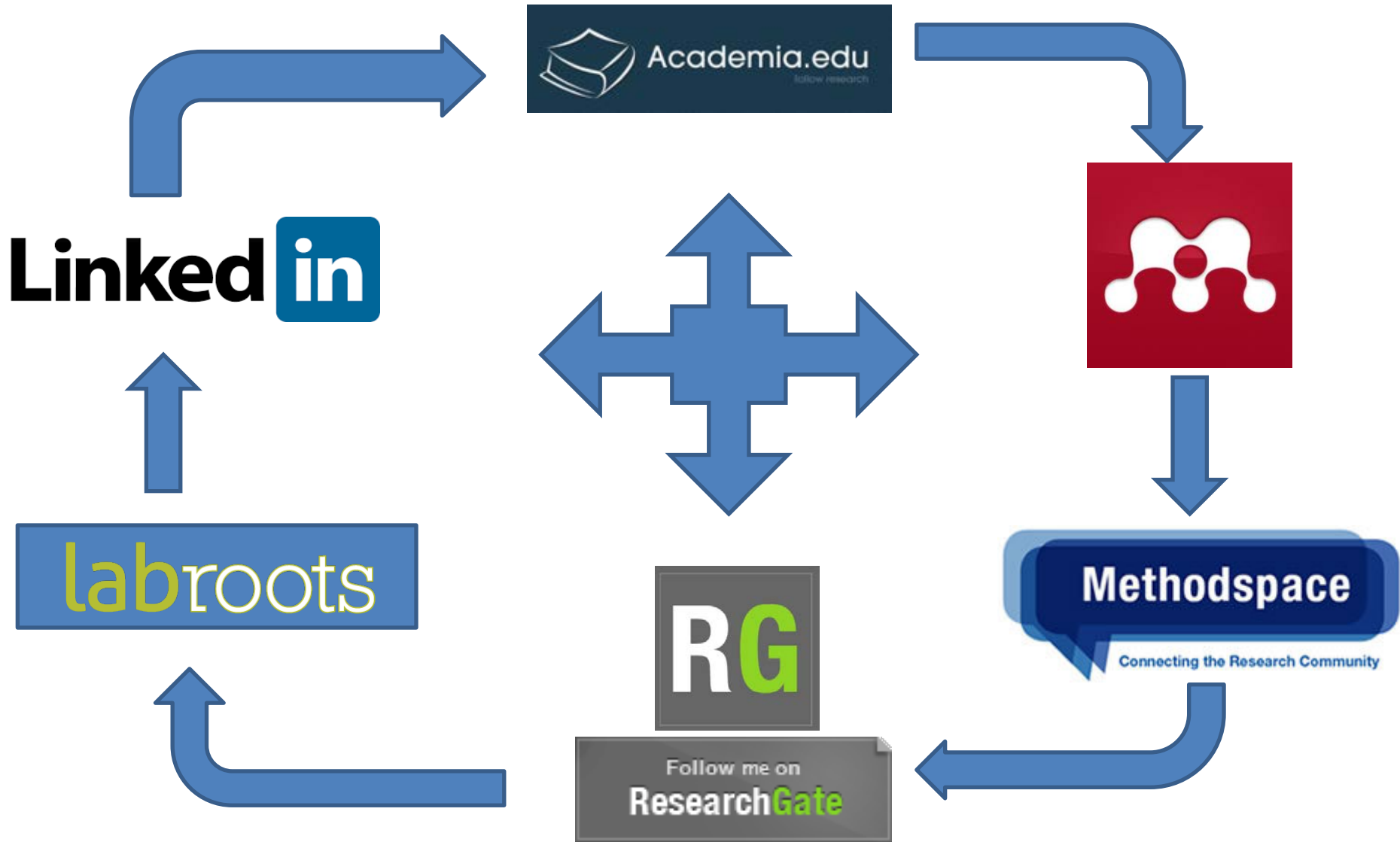
# Redes sociales



# Línea de tiempo redes sociales Académicas



# RS profesionales y Académicas



# Comparación de los diferentes servicios de perfiles académicos

Google académico	
Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"><li>• Cobertura más amplia: todos los idiomas, fuentes, disciplinas y tipología documental (más de 170 millones de documentos en Google Académico, de los cuales se alimenta).</li><li>• Alta tasa de crecimiento.</li><li>• Número de citas tres veces más extenso que en ResearchGate y cuatro veces más extenso que en ResearcherID.</li><li>• Audiencia diversa: investigadores, académicos, practicantes y usuarios en general.</li><li>• Actualización automática.</li><li>• Métricas: simple y fácil de entender.</li><li>• Fácil de usar.</li><li>• Alertas (nuevas citas y publicaciones de cualquier perfil).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Escaso control de calidad.</li><li>• Manipulación abierta. Métricas difíciles de descubrir y fáciles de influenciar.</li><li>• Errores bibliográficos heredados de Google Académico.</li><li>• Falta de transparencia de la fuente de datos (tamaño y cobertura).</li><li>• Falta de características sociales.</li></ul>

The role of ego in academic profile services: Comparing Google Scholar, ResearchGate, Mendeley, and ResearcherID. 2016. (Online: <http://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2016/03/04/academic-profile-services-many-mirrors-and-faces-for-a-single-ego/>)

# Comparación de los diferentes servicios de perfiles académicos

ResearcherID	
Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"><li>• Alto control de calidad.</li><li>• Audiencia seleccionada y filtrada: investigadores.</li><li>• Difícil de manipular.</li><li>• Ofrece indicadores bibliométricos avanzados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Su base documental es la Web of Science Core Collection. Por lo tanto, se orienta al mundo angloamericano (países e idiomas), así como hacia las ciencias duras en detrimento de las Ciencias Sociales y Humanísticas.</li><li>• No es usado por muchos autores.</li><li>• Baja tasa de crecimiento.</li><li>• Sin actualización automática: la mayoría de los perfiles están vacíos y desactualizados.</li><li>• No es fácil de manipular.</li><li>• Las métricas se limitan a las métricas de citación.</li></ul>

The role of ego in academic profile services: Comparing Google Scholar, ResearchGate, Mendeley, and ResearcherID. 2016. (Online: <http://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2016/03/04/academic-profile-services-many-mirrors-and-faces-for-a-single-ego/>)

# Comparación de los diferentes servicios de perfiles académicos

ResearchGate	
Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"><li>• Índice de crecimiento muy alto.</li><li>• Gran amplitud (80 millones de referencias bibliográficas), actualmente más extensa que la Web of Science Core Collection (62 millones) y Scopus (61 millones).</li><li>• Usado mayormente por la comunidad científica, con fuerte presencia de la comunidad biomédica.</li><li>• Cubre toda tipología documental: libros, artículos, actas, reportes, tesis, etc.</li><li>• Audiencia diversa: investigadores, practicantes, académicos y usuarios en general.</li><li>• Ofrece datos de uso (vistas y descargas).</li><li>• Fácil de usar.</li><li>• Funciones sociales para contactar a otros autores.</li><li>• Posibilidad de generar un DOI para datos no publicados sin costo para el usuario.</li><li>• Publicación fácil y rápida, y de visibilidad inmediata.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sin actualización automática (un coautor puede subir el documento).</li><li>• Falta de transparencia en los indicadores.</li><li>• Abierto a la manipulación.</li><li>• Aún no es usado por muchos autores.</li><li>• Envía muchos e-mails (por defecto). Política de marketing que hostiga a los autores.</li></ul>

The role of ego in academic profile services: Comparing Google Scholar, ResearchGate, Mendeley, and ResearcherID. 2016. (Online: <http://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2016/03/04/academic-profile-services-many-mirrors-and-faces-for-a-single-ego/>)

# Comparación de los diferentes servicios de perfiles académicos

Mendeley	
Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"><li>• Excelente gestor de referencia bibliográfico.</li><li>• Uso incrementado por la comunidad, especialmente por estudiantes y profesores universitarios.</li><li>• Cubre toda tipología documental: libros, artículos, actas, reportes, tesis, etc.</li><li>• Audiencia: estudiantes y profesores.</li><li>• Ofrece datos de uso: (lecturas).</li><li>• Estadísticas por disciplina, país, estatus del académico lector.</li><li>• Permite el análisis disciplinar.</li><li>• Funciones sociales (ej.: seguir a otros autores).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Surge a partir de la propia base de datos de Mendeley (31,8 millones de documentos).</li><li>• Muchos perfiles están vacíos y desactualizados.</li><li>• Fácil de manipular (ej.: las lecturas).</li><li>• Opaca la indización del motor de búsqueda académico.</li><li>• No provee datos de citación.</li><li>• La calidad de los metadatos depende de la entrada del usuario.</li></ul>

The role of ego in academic profile services: Comparing Google Scholar, ResearchGate, Mendeley, and ResearcherID. 2016. (Online: <http://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2016/03/04/academic-profile-services-many-mirrors-and-faces-for-a-single-ego/>)

# Dónde publicar?



1. Dirigidos exclusivamente a científicos
2. Contenidos profesionales
3. Integrales para gestión de un CV académico (repositorio, etc...)
4. Poca población
5. Poca apertura
6. Poco recuperable
7. Interoperabilidad limitada



1. Dirigidos a todos los públicos
2. Contenidos heteréneos
3. No adaptados a CV académicos (aunque podemos personalizarlos)
4. Mucha población de usuarios
5. Bastante apertura
6. Muy recuperable por motores
7. Interoperabilidad máxima

# Nature

SCIENTISTS

AND THE

SOCIAL NETWORK

Giant academic social networks have taken off to a degree that no one expected even a few years ago. **A *Nature* survey explores why.**

BY RICHARD VAN NOORDEN

In 2011, Emmanuel Nnaemeka Nnadi needed help to sequence some drug-resistant fungal pathogens. A PhD student studying microbiology in Nigeria, he did not have the expertise and equipment he needed. So he turned to ResearchGate, a free social-networking site for academics, and fired off a few e-mails. When he got a reply from Italian geneticist Orazio Romeo, an international collaboration was born. Over the past three years, the two scientists have worked together on fungal infections in Africa, with Nnadi, now at Plateau State University in Beldwa, shipping his

data sets. "With ResearchGate we're changing science in a way that's not entirely foreseeable," he says, telling investors and the media that his aim for the site is to win a Nobel prize.

The company now employs 120 people, and last June it announced that it had secured US\$35 million from investors including the world's richest individual, Bill Gates — cash that came on top of two earlier rounds of undisclosed investment. "It was really a head-scratcher when we saw that," says Leslie Yuan, who heads a team working on networking and innovation software for scientists at the University of California, San Francisco. "We thought... who are these guys? How are they

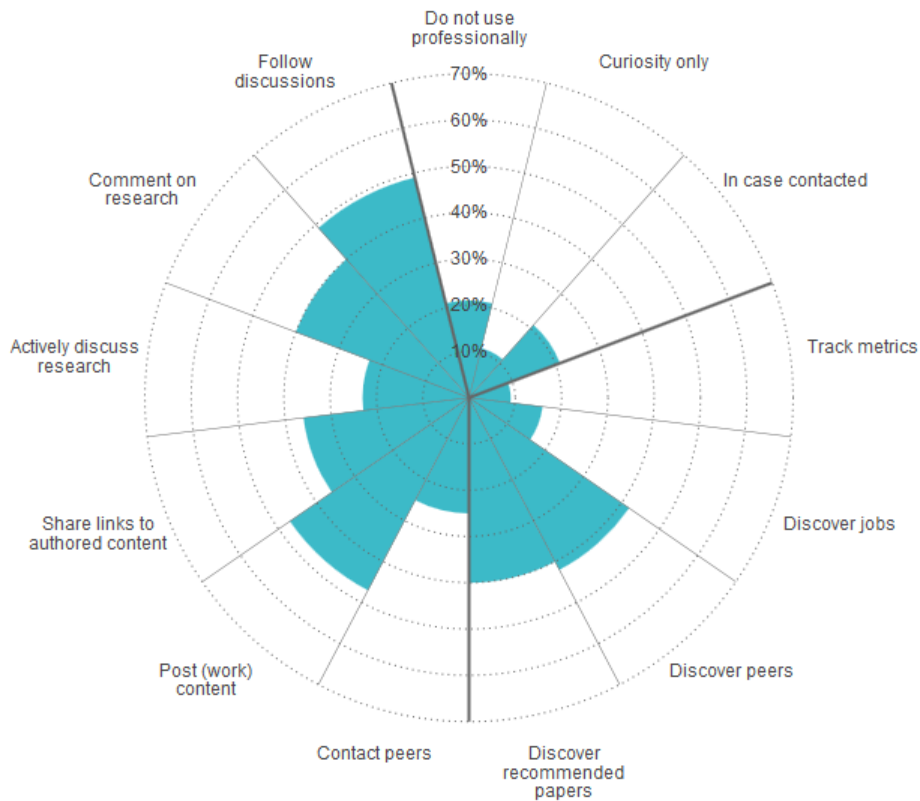
they would prefer do it on their own terms, rather than through a privately owned site.

But it seems that those earlier efforts were ahead of their time — or maybe they were simply doing it wrong. Today, ResearchGate is just one of several academic social networks going viral. San Francisco-based competitor Academia.edu says that it has 11 million users. "The goal of the company is to rebuild science publishing from the ground up," declares chief executive Richard Price, who studied philosophy at the University of Oxford, UK, before he founded Academia.edu in 2008, and has already raised \$17.7 million from venture capitalists. A third site, London-based Mandala, claims 2.1

# Nature

## Interactive: Why scholars use social media

In *Nature's* survey, a subset of scholars who said they 'regularly visited' social media sites were quizzed in detail about their activities.



- Twitter (330 regular visitors)
- Facebook (340 regular visitors)
- LinkedIn (389 regular visitors)
- ResearchGate (1,589 regular visitors)
- Academia.edu (283 regular visitors)
- Mendeley (198 regular visitors)

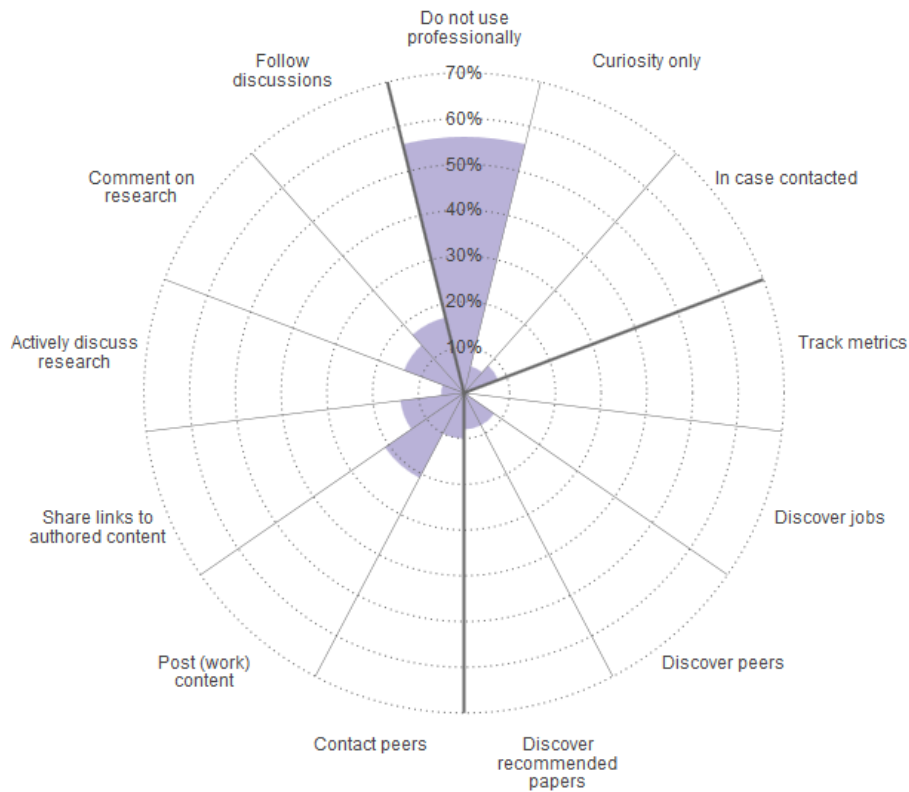
*«Uso principalmente Twitter como una herramienta de difusión para poner de relieve las cuestiones medioambientales y de investigación.»*

**Twitter** user, Age 55–64, Australia, Head of academic department/faculty

# Nature

## Interactive: Why scholars use social media

In *Nature's* survey, a subset of scholars who said they 'regularly visited' social media sites were quizzed in detail about their activities.



«*Más social que profesional*»

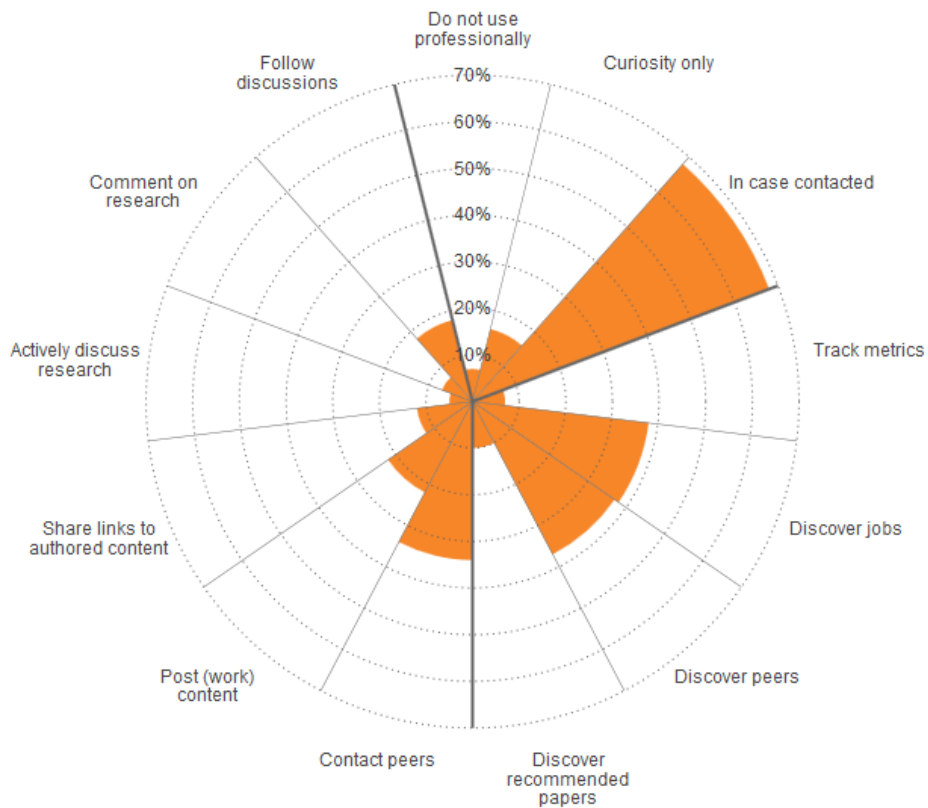
**Facebook** user, Age 55–64,  
Sweden, Lecturer

- Twitter (330 regular visitors)
- Facebook (340 regular visitors)
- LinkedIn (389 regular visitors)
- ResearchGate (1,589 regular visitors)
- Academia.edu (283 regular visitors)
- Mendeley (198 regular visitors)

# Nature

## Interactive: Why scholars use social media

In *Nature's* survey, a subset of scholars who said they 'regularly visited' social media sites were quizzed in detail about their activities.



*" LinkedIn fue increíblemente molesta hasta que descubrí cómo desactivar las alertas de correo electrónico . Ahora sólo veo solicitudes de contacto, etc. "*

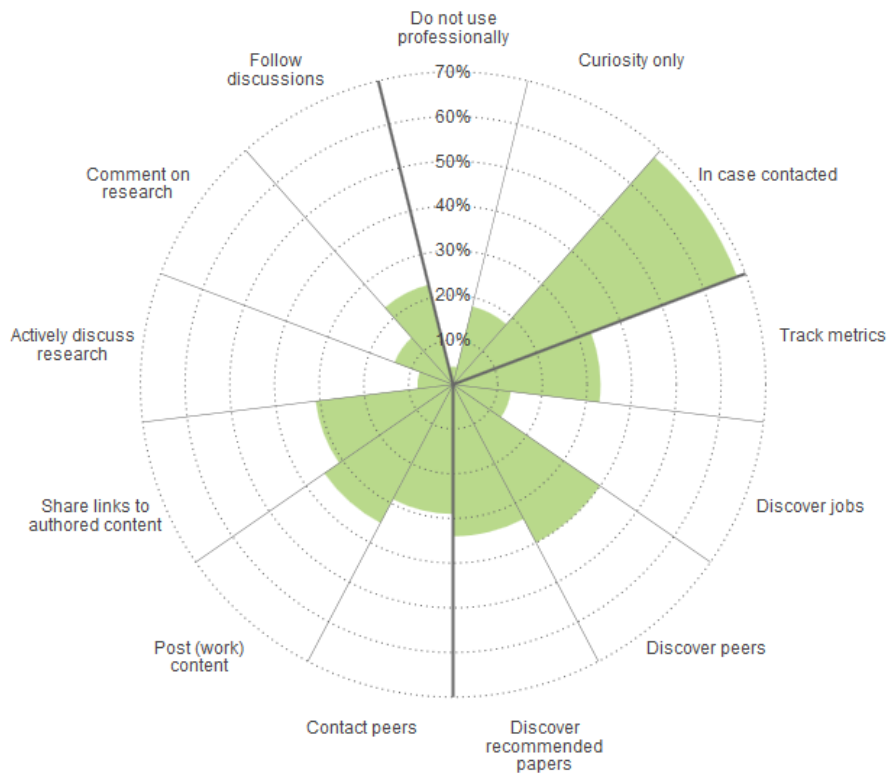
**LinkedIn** user, Age 35–44, Japan, Associate professor

- Twitter (330 regular visitors)
- Facebook (340 regular visitors)
- LinkedIn (389 regular visitors)
- ResearchGate (1,589 regular visitors)
- Academia.edu (283 regular visitors)
- Mendeley (198 regular visitors)

# Nature

## Interactive: Why scholars use social media

In *Nature's* survey, a subset of scholars who said they 'regularly visited' social media sites were quizzed in detail about their activities.



- Twitter (330 regular visitors)
- Facebook (340 regular visitors)
- LinkedIn (389 regular visitors)
- ResearchGate (1,589 regular visitors)
- Academia.edu (283 regular visitors)
- Mendeley (198 regular visitors)

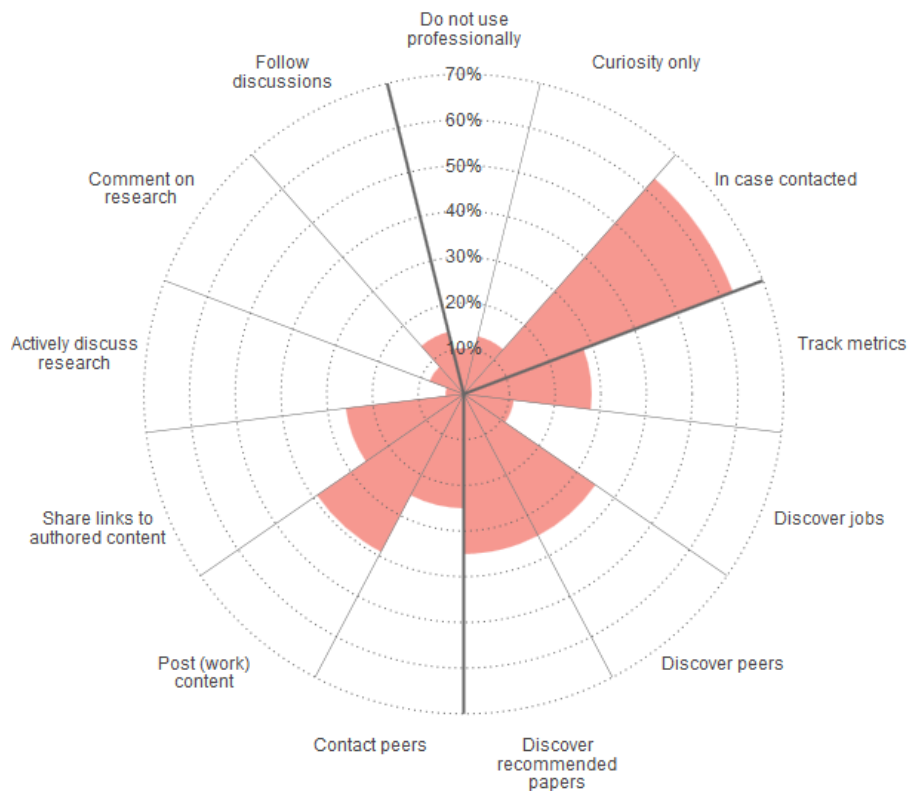
*“Excelente Recurso”*

**ResearchGate** user, Age 65 or over, United States, Associate professor

# Nature

## Interactive: Why scholars use social media

In *Nature's* survey, a subset of scholars who said they 'regularly visited' social media sites were quizzed in detail about their activities.



- Twitter (330 regular visitors)
- Facebook (340 regular visitors)
- LinkedIn (389 regular visitors)
- ResearchGate (1,589 regular visitors)
- Academia.edu (283 regular visitors)
- Mendeley (198 regular visitors)

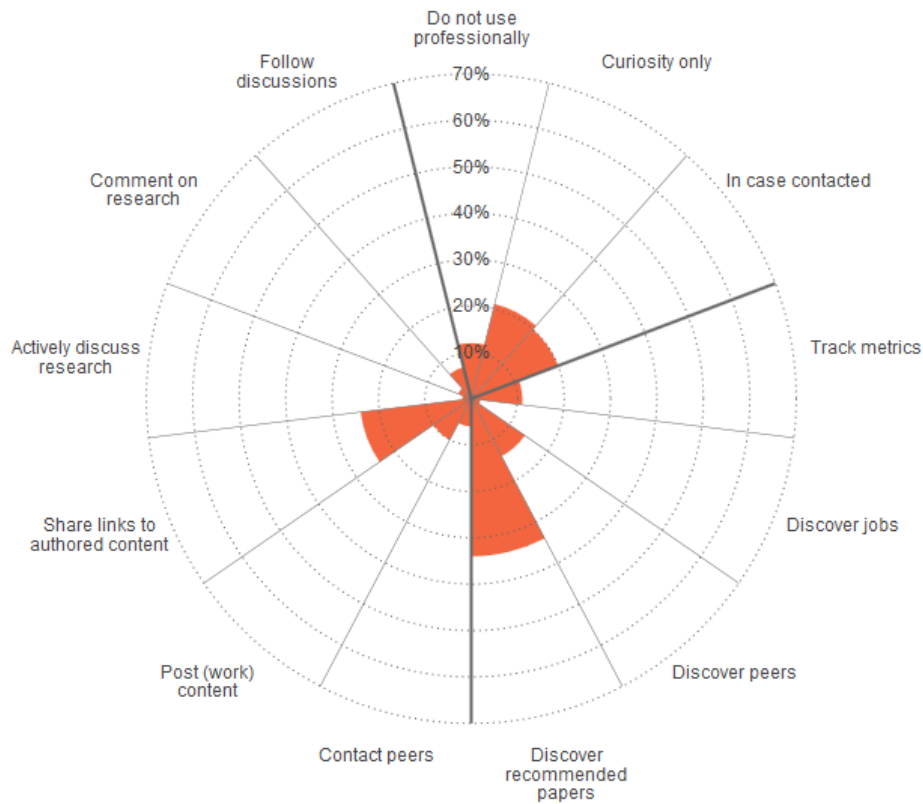
*"No lo uso más porque estoy preocupado por los derechos de autor de mi investigación . No soy dueño de los derechos de autor de mi obra publicada«*

**Academia.edu** user, Age 35–44, Canada, Associate professor

# Nature

## Interactive: Why scholars use social media

In *Nature's* survey, a subset of scholars who said they 'regularly visited' social media sites were quizzed in detail about their activities.



*«Lo uso como una herramienta de gestión de la literatura y compartir artículos con los estudiantes»*

**Mendeley** user, Age 35–44, United States, Associate professor

# <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2014/julio/04.html>

## PRESENCIA EN REDES SOCIALES Y ALTMÉTRICAS DE LOS PRINCIPALES AUTORES DE LA REVISTA EL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN

### Daniel Torres-Salinas y Yusnelkis Milanés-Guisado



**Daniel Torres-Salinas** es doctor en documentación por la *Universidad de Granada*. Trabaja como bibliómetra en la *Universidad de Navarra*, donde analiza la producción y el impacto de su investigación. Es también investigador en el *Grupo EC3* de la *Universidad de Granada* y desarrollador de herramientas de evaluación como *Científica* o los rankings *I-UGR Rankings de Universidades según Campos y Disciplinas Científicas*. Entre sus últimos proyectos destaca la creación junto a sus colegas de *EC3* de la *spin-off EC3metrics*.  
<http://orcid.org/0000-0001-8790-3314>

*Universidad de Navarra, Centro de Investigación Médica Aplicada*  
31008 Pamplona, España  
[torressalinas@gmail.com](mailto:torressalinas@gmail.com)



**Yusnelkis Milanés-Guisado** es licenciada y máster en bibliotecología y ciencias de la información. Es candidato a doctor por la *Universidad de Granada*. Ha trabajado en proyectos europeos y latinoamericanos de evaluación de la ciencia y gestión de la I+D+i. Sus actuales líneas de investigación son la evaluación del impacto de la investigación, bibliometría, análisis de patentes y la gestión de la I+D+i.  
<http://orcid.org/0000-0001-5461-9309>

*Universidad de Granada, Escuela Internacional de Posgrado*  
Paz, 10. 18071 Granada, España  
[ymilanes@gmail.com](mailto:ymilanes@gmail.com)

### Resumen

Se analiza una muestra discreta de los autores que más han publicado en la revista *El profesional de la información (EPI)* durante el período 2009-2013. Se estudia su presencia en las redes sociales y el impacto de sus publicaciones indexadas en la *Web of Science* a través de un grupo de altmétricas. Los resultados muestran que el 77% tienen perfil público en *Google Scholar Profiles* y el 70% tanto en *LinkedIn* como *Mendeley*. Esta plataforma se ha mostrado como la herramienta con estadísticas más elevadas; en comparación con las citas *Web of Science* obtiene el mayor valor de correlación (0,516). El 55% tiene una cuenta en *Twitter*. *Slideshare* tiene más baja presencia (47%), pero las presentaciones de los autores reciben mayor cantidad de vistas. Asimismo en el estudio se presentan altmétricas detalladas para 47 autores de *EPI*. Se finaliza sobre la dificultad que implica el análisis de las altmétricas a nivel de autor.

### Palabras clave

Altmetrics, Métricas a nivel de autor, Web social, Redes sociales, Impacto, Documentación, Comunicación, *El profesional de la información*, *EPI*, *Web of Science*, *Mendeley*, *CiteULike*, *Twitter*, *Slideshare*.

# Nature 2015

Researchers and science professionals  
are active users of social media...



Twitter



Google+



LinkedIn



Academia.edu



ResearchGate



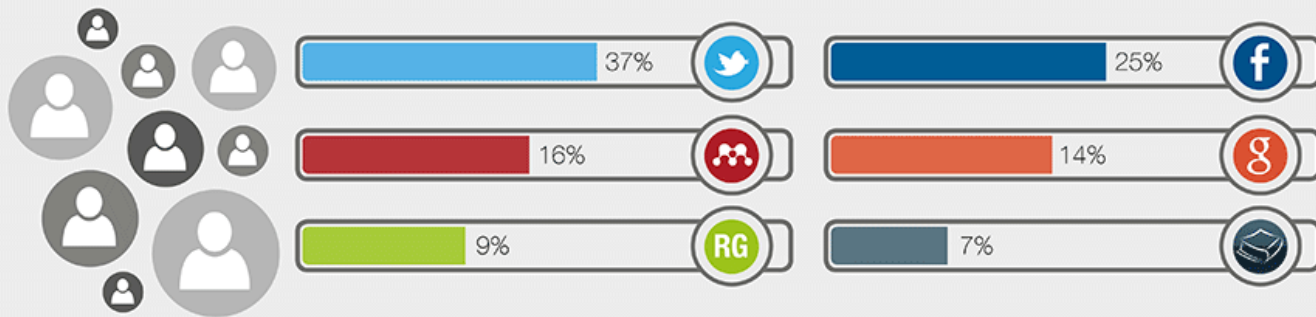
Mendeley



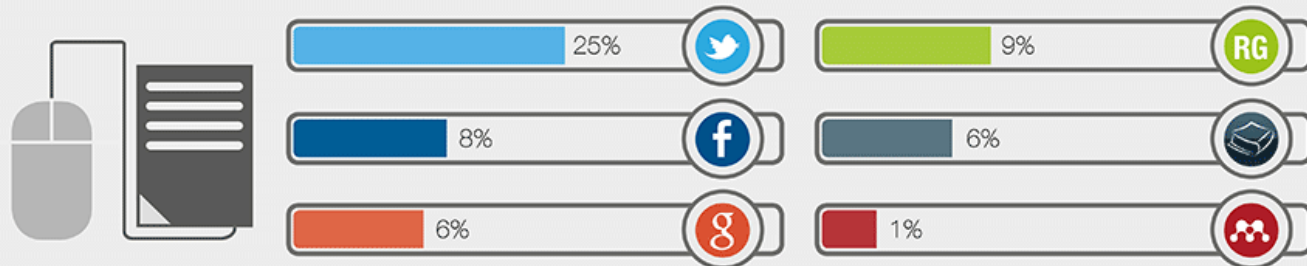
Facebook

# Nature 2015

## VISITING NETWORK SITES DAILY

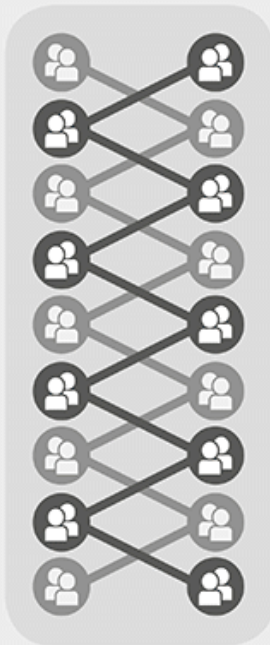


## POSTING THEIR OWN WORK



# Nature 2015

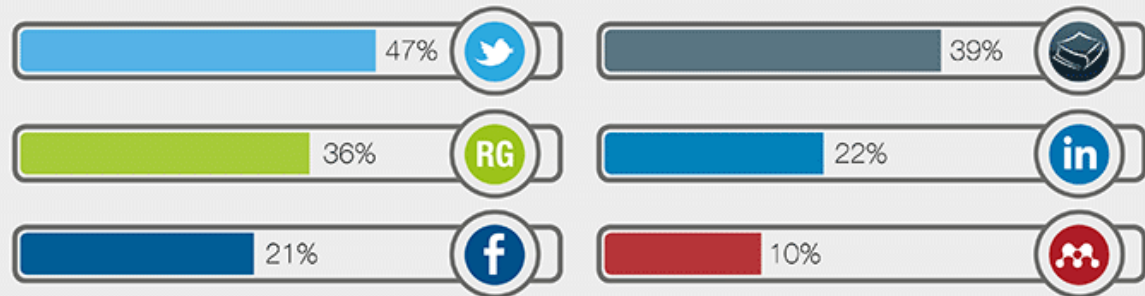
## SHARING THEIR PEERS' WORK



### SHARE LINKS TO AUTHORED CONTENT



### CONTENT RELATED TO THEIR WORK



# Twitter (desde el celular)



# Porqué los académicos usan Twitter?

- **Recurso útil y rápida**
  - A veces, las referencias son difíciles de encontrar en el Internet, pero es fácil en Twitter.
- **Conferencias**
  - Conocer gente (Networking) es más fácil, menos incómoda que la espera en el fondo mientras terminan su conversación.
  - Como una herramienta de toma de notas.
  - Si tienes la suerte, los **organizadores de la conferencia twitteen** desde una cuenta dedicada. Mantener el contacto después de la conferencia.
- **Averiguar sobre empleo y la financiación con mucha facilidad**
- **Red global para cualquier hora del día o de la noche**

# Habitual en los congresos

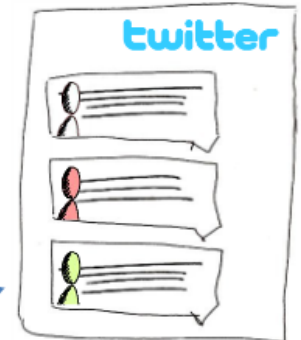
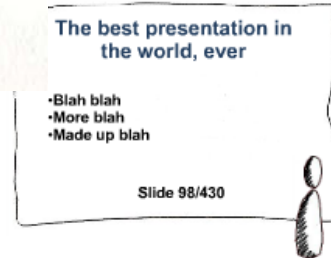
## Breaking the convention?



Blogs and Twitter are opening up meetings to those not actually there. Does that mean too much access to science in the raw, asks **Geoff Brumfiel**.

**HASHTAG**

**#OAWEEKPERU2014**



Eg: "talk about quantum physics!!"

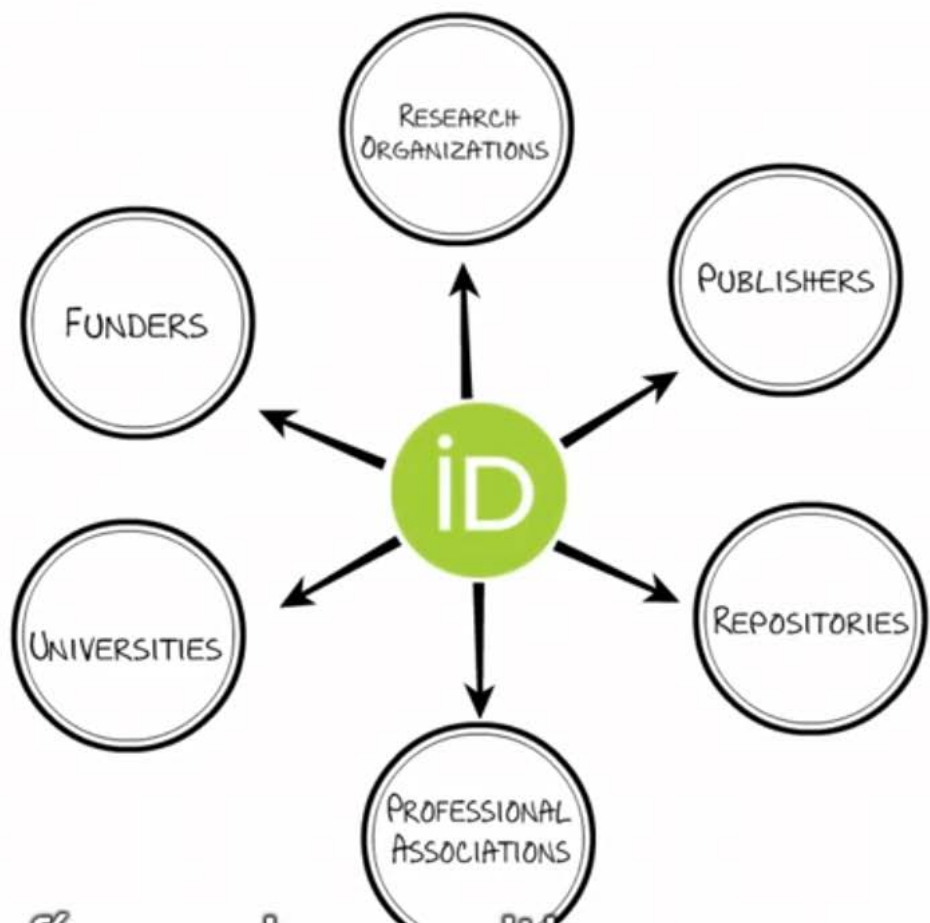
**Science journalism: Breaking the convention?**

<http://www.nature.com/news/2009/090624/full/4591050a.html>

Published online 24 June 2009 | *Nature* **459**, 1050-1051 (2009) | doi:10.1038/4591050a

# Identidad Digital - ORCID

---



Sofía puede permitir a esas organizaciones leer

---

# Identidad Digital - ORCID

- ¿Qué es ORCID?
- **ORCID** es uno de los sistemas de identificación de autores, que permite crear un **identificador único, universal y permanente (gratis)**.
- Ayuda a que los investigadores elijan su **nombre profesional** y **estandaricen la firma** de sus trabajos científicos, para garantizar toda la **recuperación de su producción científica** y para conseguir que sus publicaciones obtengan mayor **visibilidad**.

**Josmel Pacheco-Mendoza**

**ORCID ID**

 [orcid.org/0000-0002-2251-8092](https://orcid.org/0000-0002-2251-8092)

Also known as  
Josmel Pacheco M.

Keywords

Bibliometrics, Research Evaluation,  
Research Indicators, Research Policy,  
Scientometrics, Veterinary

Websites

[Slideshare](#)

[ResearchID](#)

[Linkedin](#)

[Google Scholar](#)

[Academia.edu](#)

[Mendeley](#)

[ResearchGate](#)

# Google Scholar

La Web Imágenes Más...

josmel@gmail.com



**Zaida Chinchilla-Rodríguez**

Seguir

CSIC, Institute of Public Goods and Policies (IPP) - SCImago Research Group - SPAIN

Scientometrics, Bibliometrics, Informetrics, Research Evaluation, Scholarly Communication

Dirección de correo verificada de csic.es - [Página principal](#)

Título 1-20

Citado por Año

[Coverage analysis of Scopus: A journal metric approach](#)

F de Moya-Anegón, Z Chinchilla-Rodríguez, B Vargas-Quesada, ...  
Scientometrics 73 (1), 53-78

203 2007

[A new technique for building maps of large scientific domains based on the cocitation of classes and categories](#)

F Moya-Anegón, B Vargas-Quesada, V Herrero-Solana, ...  
Scientometrics 61 (1), 129-145

199 2004

[Indicadores bibliométricos de la actividad científica española:\(ISI, Web of science, 1998-2002\)](#)

F De-Moya-Anegón, Z Chinchilla-Rodríguez, E Corera-Álvarez, ...  
FECYT-Ministerio de Educación y Ciencia, Spain

118 \* 2004

[Visualizing the marrow of science](#)

SCIG Moya-Anegón, B Vargas-Quesada, Z Chinchilla-Rodríguez, ...  
Journal of the American Society for Information Science and Technology 58 ...

86 2007

[Indicadores bibliométricos de la actividad científica española: 1990-2004](#)

F De Moya Anegón, Z Chinchilla Rodríguez, E Corera Álvarez, ...

85 2007

Google Académico

Índices de citas	Total	Desde 2011
Citas	1745	997
Índice h	21	15
Índice i10	42	27



Coautores Ver todos...

- Félix de Moya Anegón
- Benjamín Vargas-Quesada
- Sandra Miguel
- Ricardo Arencibia Jorge
- Yusef Hassan Montero
- Loet Leydesdorff
- Victor Herrero-Solana
- Vicente Pablo Guerrero Bote
- Luis Sanz-Menéndez
- Antonio Perianes-Rodríguez
- Antonio Corera Álvarez

# Gestor de Referencias Social - Ficha



Josmel Pacheco-Mendoza Edit

Mg. Edit

Investigador Edit

San Ignacio de Loyola University Edit

Mendeley Advisor

9  
Publications

47  
Readers



Research Interests Edit

Animal Nutrition

Bibliometrics

Scientometrics

Information Science

About Edit

I am Veterinarian for the National University of San Marcos (Lima - Peru) and Master in Management of Information and Knowledge (Montpellier III, France). In 2006 I made the thesis entitled "bibliometric analysis of scientific production of the Faculty of Veterinary Medicine" an [\(more\)](#)

# Estrategias a seguir

- Formar grupos de Investigación multidisciplinario.
- Fomentar el **Marketing Científico**
- Tener **equipo** atento y especializado en la difusión de ciencia en la web 2.0
- Obtén un único identificador de autor **ORCID** para distinguirte tú mismo y tu trabajo del resto de los investigadores

# Comparte tus resultados de investigación en Repositorios

- **ArXiv** (artículos en prensa del campo de la Física, Matemática, Ciencia de la Computación, Biología Cuantitativa, Finanzas Cuantitativa y Estadística).
- **CiteSeer/ E-LIS Repository** (Ciencia de la Información y de la Computación).
- **PhilPapers** (Filosofía).
- **PubMedCentral** (Medicina).
- **Research papers in Economics-Repec** (Economía y ciencias afines).
- **Social Science Research Network-SSRN** (Ciencias Sociales, Leyes, Economía, Negocios).

# Estrategia posicionamiento: Redes sociales Académicas y Profesionales

- Inscribir a los investigadores en las diferentes redes sociales profesionales: **Linkedin**, **ResearchGate**, **Academia.Edu**, **Mendeley**, **MethodScape**, para colocar ahí sus clases y producción científica (Links).



# Estrategia posicionamiento: redes sociales profesionales

- Crea y mantén actualizado un perfil en línea (CV web).
- Aquí se destacan Google Scholar Citation Profile, ImpactStory, Kudos, Figshare, Mendeley, Dryad, Twitter, Facebook, Yahoo, SlideShare, PlumX, etc.



# Estrategia para la promoción y difusión de la actividad investigadora



# Tips para incrementar la visibilidad de las publicaciones

- Considerar la colaboración científica
- Publicar en revistas incluidas en el WoS y Scopus
- Publicar en revistas de acceso abierto de calidad.
- Hacer disponible las versiones *pre* y *post-print* de los artículos aceptados
- Depositar los artículos en **repositorios** institucionales
- Listar las publicaciones en perfiles en línea.
- Conectarse con investigadores influyentes en redes sociales científicas.

# Gracias!

*"Be the hardest working person you can be.  
That's how you separate yourself from the  
competition."*

***Stephen Curry***

**Josmel@gmail.com**

# Material para lectura

Disseminate research findings

- <http://libguides.library.curtin.edu.au/content.php?pid=417077&sid=3408994>

Using social media to build your academic career

- <http://www.slideshare.net/lisbk/using-social-media-to-build-your-academic-career>

How to maximize the impact of your published research

- <http://exchanges.wiley.com/blog/2014/09/11/how-to-maximize-the-impact-of-your-published-research/>

10 reasons why scientists should embrace social media

- <http://www.acmedsci.ac.uk/more/news/10-reasons-why-scientists-should-embrace-social-media/>

*The 7 Habits of Highly Effective Research Communicators.*

- <http://eprints.rclis.org/23765/>

*5 tips for improving your article's Altmetric score.*

- <http://exchanges.wiley.com/blog/2014/09/18/5-tips-for-improving-your-articles-altmetric-score>