

CONTAR LA INVESTIGACIÓN DEL CITIUS: UNA INVERSIÓN RENTABLE

SEMINARIO DE COMUNICACIÓN

PAUTAS,
PROCEDIMIENTOS Y
CONSEJOS PARA
MEJORAR LA VISIBILIDAD
Y EL IMPACTO DE LA
ACTIVIDAD DEL CENTRO





Objetivos de este seminario

Mejorar el impacto científico del CiTIUS



Un 34% de la publicaciones en revistas científicas en el período 2017-2019 tuvieron 0 o 1 cita, según Scopus

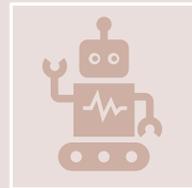


Conseguir un impacto medio superior a 1,5 veces la media mundial

Mejorar el
impacto
socioeconómico
de otros
resultados



Nuevos proyectos científicos



Desarrollo de tecnologías



Creación de spinoffs

Fortalecer la imagen propia y colectiva



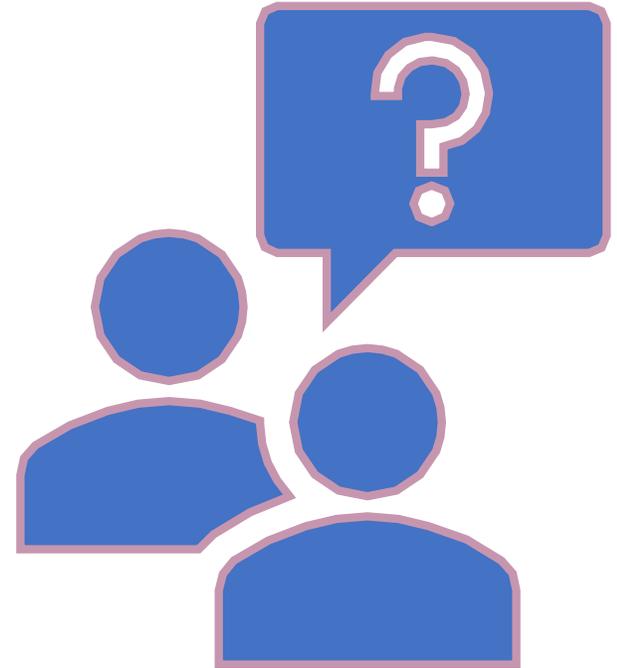
Reforzar el prestigio profesional propio y la marca institucional del CiTIUS



Incidir en la importancia de hacer buena divulgación para convertirse en un centro relevante

¿Por qué comunicar?

Ventajas de dedicar una parte del tiempo a la comunicación



Ventajas de comunicar



Escaparate ante nuevos socios, inversores, o personas que deciden sobre la el I+D



Altmetría: aumento de citas y visibilidad de los papers



Captación y atracción de talento

Escaparate social

Al entorno socioeconómico le interesan las oportunidades que se presentan desde los centros de investigación. Prueba de ello son los sucesivos éxitos de participación en la jornada 'Inside the lab', o el interés por aparecer en las noticias publicadas en la prensa



Desde Lucus Augusti nos interesaría participar



Escaparate social

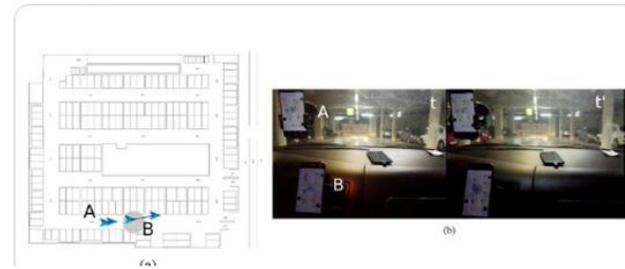
Al entorno socioeconómico le interesan las oportunidades que se presentan desde los centros de investigación. Prueba de ello son los sucesivos éxitos de participación en la jornada 'Inside the lab', o el interés por aparecer en las noticias publicadas en la prensa



⚡ Supporting car drivers: meet in IEEE @SensorsCouncil Journal the indoor positioning and guiding system developed by CITIUS researchers in collaboration with @situm_es, which is able to operate robustly in indoor parking facilities.

[dx.doi.org/10.1109/JSEN...](https://dx.doi.org/10.1109/JSEN.2020.2981109)

Traducir Tweet



← **Twitter**

from the car, at time instants t and t' .

10:20 a. m. · 4 mar. 2020 · TweetDeck

1 Retwitear 2 Me gusta



Víctor Martín @V_A_Martin · 3 abr.

En respuesta a @citususc @SensorsCouncil y @situm_es

It sounds very interesting, oriented to new services in the railway and metro stations. Where can I find additional info?



CITIUS @citususc · 3 abr.

En respuesta a @V_A_Martin @SensorsCouncil y @situm_es
Certainly. You can read the full paper at doi.org/10.1109/JSEN.2020.2981109. For further information, please visit situm.es and

← **Twitter**



Situm @situm_es · 3 abr.

En respuesta a @V_A_Martin @citususc y @SensorsCouncil
Hi Victor! Yes, our indoor positioning technology can help people across large railway stations or track staff in a metro network to improve security and efficiency. Please contact us for more info at situm.es/en/contact



Víctor Martín @V_A_Martin · 3 abr.

And you ever use the mobile, or it can be installed something in the wheelchair or baby cart.



Situm @situm_es · 3 abr.

Hi Victor, for more information about the possibilities that our solutions bring, please visit situm.es/en/faq or contact us at situm.es/en/contact

Escaparate social

Al entorno socioeconómico le interesan las oportunidades que se presentan desde los centros de investigación. Prueba de ello son los sucesivos éxitos de participación en la jornada 'Inside the lab', o el interés por aparecer en las noticias publicadas en la prensa

La Voz de Galicia

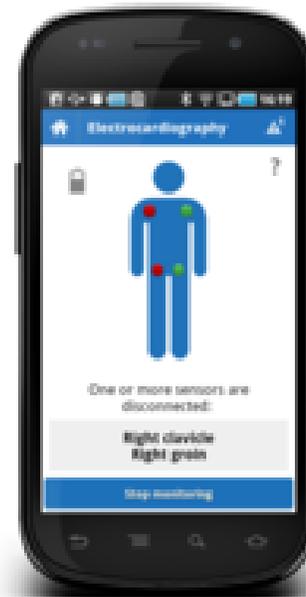
SANTIAGO

Un sistema gallego permite vigilar por el móvil a pacientes con insuficiencia cardíaca

El seguimiento diario reducirá el número de hospitalizaciones



R. ROMAR
REDACCIÓN / LA VOZ 03/05/2013 07:00 H

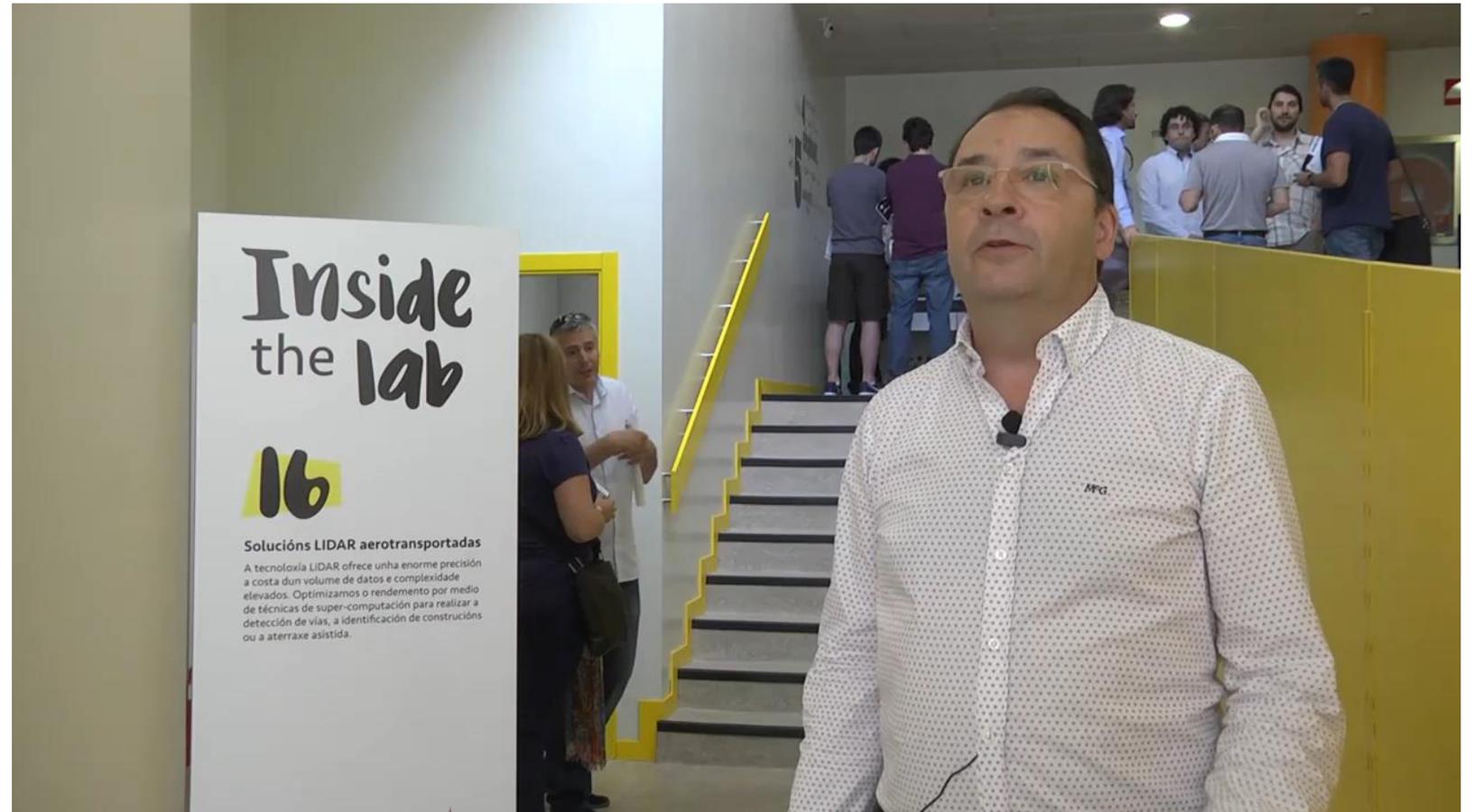


Escaparate social

Al entorno socioeconómico le interesan las oportunidades que se presentan desde los centros de investigación. Prueba de ello son los sucesivos éxitos de participación en la jornada 'Inside the lab', o el interés por aparecer en las noticias publicadas en la prensa

Ramiro Martínez

Director del Centro de Gestión de Tráfico del Noroeste ('Inside the lab III', 2017)



Escaparate social

Al entorno socioeconómico le interesan las oportunidades que se presentan desde los centros de investigación. Prueba de ello son los sucesivos éxitos de participación en la jornada 'Inside the lab', o el interés por aparecer en las noticias publicadas en la prensa

Santiago Rey

Director General Corporativo en Televés ('Inside the lab III', 2017)





Search news stories



SCIENCE & TECHNOLOGY

STATE & GLOBAL

SOCIETY & CULTURE

HEALTH & WELLNESS

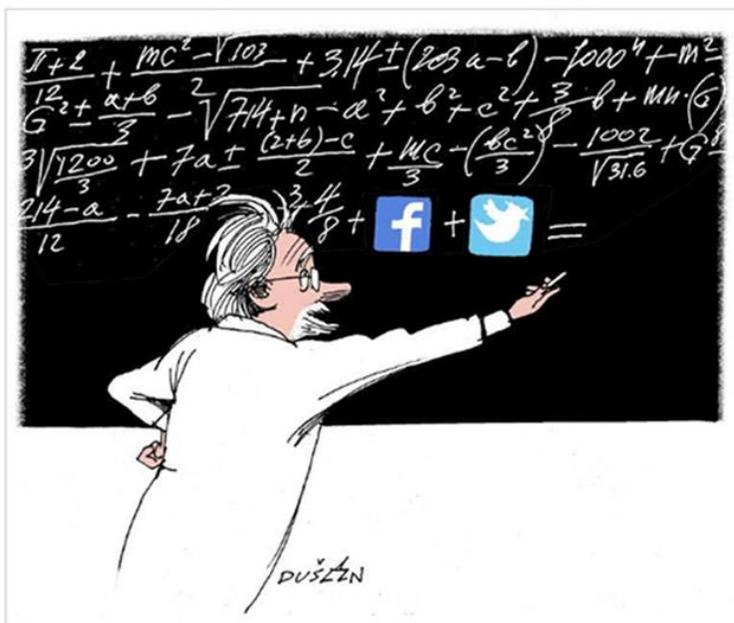
CAMPUS NEWS

UW IN THE NEWS

FOR MEDIA

Greater use of social media gets science, scientists noticed, study says

November 6, 2014 | By [Chris Barncard](#)



"I've been in science communication for a while now, and I am really seeing a change — especially among the younger scientists — in their willingness to share their work," says Brossard, a University of Wisconsin–Madison professor of [life sciences communication](#).

It's the venue for that sharing that has inspired work by Brossard, fellow UW–Madison professors [Dietram Scheufele](#) and [Michael Xenos](#), and their colleagues.

In September, the group [published a study](#) in the journal [Journalism & Mass Communications Quarterly](#) showing a connection between "h-index" — a measure of the quality of a researcher's work and influence — and whether the scientists interact with reporters and get mentioned on Twitter. Doctoral student Xuan Liang served as first author on the paper.



Dominique Brossard

Science and social media can coexist, according to a recent study headed by UW faculty. The study found a connection between "h-index" — a measure of the quality of a researcher's work and influence — and social media activity.

Illustration: Dusan Petricic for The Scientist

Mayor visibilidad científica

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU. Llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno

Mayor visibilidad científica

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU, llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno

Article Menu

Close

Access Options



Download PDF



Full Article

Content List

Abstract

Scientific Impact

Scientists' Interactions with Mass
Media and Lay Publics

Figures & Tables

Article Metrics



Cite



Share

Request
Permissions

Related Articles

Building Buzz: (Scientists) Communicating Science in New Media Environments

Xuan Liang, Leona Yi-Fan Su, Sara K. Yeo, more...

Show all authors

First Published September 12, 2014 | Research Article | Check for updates
<https://doi.org/10.1177/1077699014550092>

Article information



Article Information

Volume: 91 issue: 4, page(s): 772-791

Article first published online: September 12, 2014; Issue published: December 1, 2014

Xuan Liang¹, Leona Yi-Fan Su¹, Sara K. Yeo², Dietram A. Scheufele¹, Dominique Brossard¹,
Michael Xenos¹, Paul Nealey³, Elizabeth A. Corley⁴¹University of Wisconsin-Madison, Madison, WI, USA²University of Utah, Salt Lake City, UT, USA³University of Chicago, Chicago, IL, USA⁴Arizona State University, Phoenix, AZ, USA

Corresponding Author:

Dietram A. Scheufele, Department of Life Sciences Communication, University of Wisconsin-Madison, 309 Hiram Smith Hall, 1545 Observatory Drive Madison, WI 53706, USA. Email: scheufele@wisc.edu

Abstract

Public communication about science faces novel challenges, including the increasing complexity of research areas and the erosion of traditional journalistic infrastructures. Although scientists have traditionally been reluctant to engage in public communication at the expense of focusing on academic productivity, our survey of highly cited U.S. nano-scientists, paired with data on their social media use, shows that public communication, such as interactions with reporters and being mentioned on Twitter, can contribute to a scholar's scientific impact. Most importantly, being mentioned on Twitter amplifies the effect of interactions with journalists and other non-scientists on the scholar's scientific impact.

Keywords

media and society, communication effects, science communication, social media

Article available in:

Vol 91, Issue 4, 2014

Related Articles

Similar Articles:

View all >

Are Twitter and Blogs Important
Tools for the Modern Psychological
Scientist?

Show details



Non-Elite Twitter Sources Rarely
Cited in Coverage

Show details



Shifting institutional orders and
responses to technological
disruption among local journalists...

Show details



Articles Citing This One: 51

View All >

Scientists as public communicators:
individual- and institutional-level...

Show details

Crossref



Open Access+ Service: reframing
library support to take research
output...

Show details

Crossref



Chapter 11. Public- and expert-
facing communication

Show details

Crossref



Article Menu

Close

Access Options

Download PDF

Full Article

Content List

Abstract

Scientific Impact

Scientists' Interactions with Mass
Media and Lay Publics

Figures & Tables

Article Metrics



Cite



Share

Request
Permissions

Related Articles

Articles Citing This One: 51 [View All >](#)[Scientists as public communicators:
individual- and institutional-level...](#)[Show details](#)[Crossref](#)[Open Access+ Service: reframing
library support to take research
output...](#)[Show details](#)[Crossref](#)[Chapter 11. Public- and expert-
facing communication](#)[Show details](#)[Crossref](#)

Mayor visibilidad científica

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU, llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno

Mayor visibilidad científica

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU, llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno

Article Menu

Close

Access Options



Download PDF



Full Article

Content List

Abstract

Scientific Impact

Scientists' Interactions with Mass
Media and Lay Publics

Figures & Tables

Article Metrics



Cite



Share

Request
Permissions

Related Articles

Building Buzz: (Scientists) Communicating Science in New Media Environments

Xuan Liang, Leona Yi-Fan

First Published September

<https://doi.org/10.1177/14>

Article information

Article Information

Volume: 91 issue: 4, pag

Article first published online: September 12, 2014, issue published: December 1, 2014

Xuan Liang¹, Leona Yi-Fan Su¹, Sara K. Yeo², Dietram A. Scheufele¹, Dominique Brossard¹,
Michael Xenos¹, Paul Nealey³, Elizabeth A. Corley⁴¹University of Wisconsin-Madison, Madison, WI, USA²University of Utah, Salt Lake City, UT, USA³University of Chicago, Chicago, IL, USA⁴Arizona State University, Phoenix, AZ, USA

Corresponding Author:

Dietram A. Scheufele, Department of Life Sciences Communication, University of Wisconsin-
Madison, 309 Hiram Smith Hall, 1545 Observatory Drive Madison, WI 53706, USA. Email:
scheufele@wisc.edu

Abstract

Public communication about science faces novel challenges, including the increasing complexity of research areas and the erosion of traditional journalistic infrastructures. Although scientists have traditionally been reluctant to engage in public communication at the expense of focusing on academic productivity, our survey of highly cited U.S. nano-scientists, paired with data on their social media use, shows that public communication, such as interactions with reporters and being mentioned on Twitter, can contribute to a scholar's scientific impact. Most importantly, being mentioned on Twitter amplifies the effect of interactions with journalists and other non-scientists on the scholar's scientific impact.

Keywords

media and society, communication effects, science communication, social media

Altmetric

295



Are Twitter and Blogs Important
Tools for the Modern Psychological
Scientist?

Show details



Non-Elite Twitter Sources Rarely
Cited in Coverage

Show details



Shifting institutional orders and
responses to technological
disruption among local journalists...

Show details

Articles Citing This One: 51 [View All >](#)

Scientists as public communicators:
individual- and institutional-level...

Show details



Open Access+ Service: reframing
library support to take research
outpu...

Show details



Chapter 11. Public- and expert-
facing communication

Show details



Indicadores altmétricos

Mayor visibilidad científica

Los nuevos modelos y herramientas de comunicación hacen necesarias nuevas herramientas de análisis, medición y evaluación.

ALTMETRIA

Torres-Salinas, D, y otros (2013) "Altmetrics: nuevos indicadores para la comunicación científica en la Web 2.0" *Comunicar*, Vol 21,(4). DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-05>

Tabla 1. Principales medidas propuestas por las altmetrics clasificadas según el tipo de plataforma, indicador y red social o plataforma

Tipo de plataforma	Indicadores	Red social o plataforma	Ejemplos de indicadores
BIBLIOTECAS Y GESTORES DE REFERENCIAS DIGITALES	Social bookmarking y biblioteca digitales	Generales: - Delicious	Nº de veces que ha sido favorito Nº de lectores Nº de grupos a los que se ha añadido
		Académicas: - Citeulike - Connotea - Mendeley	
REDES Y MEDIOS SOCIALES	Menciones en redes sociales	Generales: - Facebook - Google+ - Twitter	Número de me gusta Número de clicks Número de comentarios Número de veces compartido Número de tuits que mencionan Número de Retwits Retwits de usuarios líderes
		Académica: - Academia.edu - Research Gate	
	Menciones en blogs	Generales: - Blogger - Wordpress	Número de citas en blogs Comentarios a la entrada del blogs Sistemas de rating de la entrada
		Académicos: - Nature Blogs - Postgenomic blog - Research Blogging	
Menciones en enciclopedias	- Wikipedia - Scholarpedia	Citas en entrada de las enciclopedias	
Menciones sistemas de promoción de noticias		Generales: - Reddit - Meneame	Número de veces en la portada Número de Clicks (meneos) Número de comentarios a la noticias Puntuación de los expertos
		Académicas: - Faculty of 1000	

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU. llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno

Indicadores altmétricos

Mayor
visibilidad
científica

Impacto social de la investigación: **ALTMETRIA vs BIBLIOMETRIA**



VENTAJAS

- Permiten conocer el impacto en un corto plazo
- Reflejan el uso de los documentos
- Son útiles para medir la difusión de materiales no convencionales
- Los gestores bibliográficos son fuentes sólidas

LIMITACIONES

- × “No todo lo que se puede contar, cuenta”
- × Hay fuentes e indicadores muy heterogéneos
- × Los indicadores no son fácilmente comparables
- × Algunos indicadores son poco significativos por su escasa representación estadística

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU. llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno



WEB OF SCIENCE™



Conteo de uso: de los últimos 180 días; desde 2013

Scopus®



Conteo de uso, lectores en Mendeley y menciones en redes sociales



<https://www.altmetric.com>

Los indicadores altmétricos se obtienen a través del DOI de las publicaciones

Indicadores altmétricos

Mayor visibilidad científica

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU. llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno



WEB OF SCIENCE™



Conteo de uso: de los últimos 180 días; desde 2013

Scopus®



Conteo de uso, lectores en Mendeley y menciones en redes sociales



<https://www.altmetric.com>

Los indicadores altmétricos se obtienen a través del DOI de las publicaciones

Indicadores altmétricos

Mayor visibilidad científica

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU. llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno



PlumX Metrics

Usage, Captures, Mentions,
Social Media and Citations
beyond Scopus.

Esta herramienta Altmétrica fué desarrollada por la empresa Ebsco, y más tarde comprada por la editorial Elsevier, actual propietaria, para contabilizar métricas integradas en sus diferentes bases de datos, como Scopus.

Almetric



Es una de las herramientas más extendidas, gracias al apoyo de editoriales como Elsevier, Springer y Nature Publishing. Funciona a varios niveles, desde la suscripción de pago (Almetric Explorer) a las aplicaciones gratuitas como APIs asociadas a diversos portales científicos, bases de datos y editoriales. También como un bookmark que se instala en el navegador y permite ver las métricas de cualquier artículo que encontramos en la red.

Mayor visibilidad científica

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU. llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno



On the role of linguistic descriptions of data in the building of natural language generation systems

Citation Data: Fuzzy Sets and Systems, ISSN: 0165-0114, Vol: 285, Page: 31-51

Publication Year: 2016

45 Citations | 140 Usage | 143 Captures | 1 Mentions

Metric Options: Counts 1 Year 3 Year

Home

Overview

Highlights

News Mentions

Metrics Details

CITATIONS 45

Citation Indexes 45
[Scopus](#) 45
[CrossRef](#) 35

USAGE 140

Abstract Views 116
 EBSCO 116
 Link-outs 24
 EBSCO 24

CAPTURES 143

Readers 140
[Mendeley](#) 72
[Mendeley](#) 68
 Exports-Saves 3
 EBSCO 3

MENTIONS 1

News Mentions 1
[News](#) 1

Most Recent News

[See all news](#)

Premio internacional de intelixencia artificial para científicos galegos

15 de setembro de 2019 | [Gciencia](#)

Un traballo asinado por Alberto Bugarín, Alejandro Ramos e Senén Barro foi recoñecido pola Asociación Internacional para os Sistemas Difusos O artigo Premio internacional de intelixencia artificial para científicos galegos publicouse primeiro en Gciencia.

Article Description

This paper explores the current state of the task of generating easily understandable information from data for people using natural language, which is currently addressed by two independent research fields: the natural language generation field — and, more specifically, the data-to-text sub-field — and the linguistic descriptions of data field. Both approaches are explained in a detailed description which includes: i) a methodological revision of both fields including basic concepts and definitions, modeling and generation procedures; ii) the most relevant systems.

[Show more](#)

Bibliographic Details

DOI: [10.1016/j.fss.2015.06.019](#)

AUTHOR(S):

A. Ramos-Soto; A. Bugarín; S. Barro

PUBLISHER(S):

Elsevier BV

TAG(S):

Mathematics; Computer Science

Provide Feedback

Have ideas for a new metric? Would you like to see something else here? [Let us know](#)

Mayor visibilidad científica

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU. Llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno



Multi-armed bandits for adjudicating documents in pooling-based evaluation of information retrieval systems

Citation Data: Information Processing & Management, ISSN: 0306-4573, Vol: 53, Issue: 5, Page: 1005-1025

Publication Year: 2017



Home

Overview

Highlights

Twitter

Metrics Details

CITATIONS	13
Citation Indexes	13
Scopus ↗	13
CrossRef	9
USAGE	407
Abstract Views	395
EBSCO	395
Link-outs	12
EBSCO	12
CAPTURES	36
Readers	21
Mendeley ↗	21
Exports-Saves	15
EBSCO	15
SOCIAL MEDIA	30
Shares, Likes & Comments	17
Facebook	17
Tweets	13
Twitter	13

Most Recent Tweet

See all tweets >

David E. Losada @DavidELosada

mmmmmm. can u try this one?
authors.elsevier.com/a/1Uz6B15hYdUY... ?

9:29 PM - Jun 8, 2017 ⓘ

[See David E. Losada's other Tweets](#) >

Article Description

Evaluating Information Retrieval systems is crucial to making progress in search technologies. Evaluation is often based on assembling reference collections consisting of documents, queries and relevance judgments done by humans. In large-scale environments, exhaustively judging relevance becomes infeasible. Instead, only a pool of documents is judged for relevance. By selectively choosing documents from the pool we can optimize the number of judgments required to identify a given number of relevant documents. We

Show more ▾

Bibliographic Details

DOI: [10.1016/j.ipm.2017.04.005](https://doi.org/10.1016/j.ipm.2017.04.005) ↗

AUTHOR(S):

David E. Losada; Javier Parapar; Alvaro Barreiro

PUBLISHER(S):

Elsevier BV

TAG(S):

Computer Science; Engineering; Decision Sciences; Social Sciences

Provide Feedback

Have ideas for a new metric? Would you like to see something else here? [Let us know](#) >

Mayor visibilidad científica

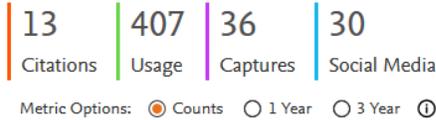
Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU. llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno



Multi-armed bandits for adjudicating documents in pooling-based evaluation of information retrieval systems

Citation Data: Information Processing & Management, ISSN: 0306-4573, Vol: 53, Issue: 5, Page: 1005-1025

Publication Year: 2017



Home

Overview

Highlights

Twitter

This article has 13 Twitter interactions across 2 URLs.

It has received 4 tweets and 9 retweets.

David E. Losada @DavidELosada

mmmmmm. can u try this one?
[authors.elsevier.com/a/1Uz6B15hYdUY... ?](https://authors.elsevier.com/a/1Uz6B15hYdUY...)

9:29 PM - Jun 8, 2017

[See David E. Losada's other Tweets](#)

David E. Losada @DavidELosada

paper on multi-armed bandits for IR eval...free access link for 50 days
[sciencedirect.com/science/article... w @AlvaroBarreiroG @jparapar](https://sciencedirect.com/science/article...)

9:43 AM - Jun 8, 2017

[See David E. Losada's other Tweets](#)

Pedro A. Ortega @AdaptiveAgents

Multi-armed bandits for adjudicating documents in pooling-based evaluation of information retrieval systems
buff.ly/2pYHrPg

6:00 PM - May 9, 2017

[See Pedro A. Ortega's other Tweets](#)

Javier Parapar @jparapar

Our recently published works on pooling-based evaluation: authors.elsevier.com/a/1Uz6B15hYdUY... authors.elsevier.com/a/1UsUJ5a7-GTw... w @DavidELosada @AlvaroBarreiroG

12:12 PM - May 2, 2017 · Corunna, Galicia

[See Javier Parapar's other Tweets](#)

Mayor visibilidad científica

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU. llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno

CAREER COLUMN · 17 APRIL 2018

YouTube your science

Video is an engaging way to make your research more accessible, says Adrian A. Smith.



COLUMN

Use video to cut through jargon

Films can take science to a crucial but often-overlooked audience, says Adrian A. Smith.

Three years ago, I realized that I had never given my mum a clear explanation of what I do as a research scientist. I knew I needed to change that. I was considering how I communicated my science to non-scientists, and began to see my mother as a part of an audience I hadn't fully reached. She knew the generalities of my work — that I study ants' behaviour and had published many peer-reviewed papers about it — but she'd never read any of those studies. And, given that I'd never walked her through the specifics of any of them, none was truly accessible to her.

I decided that I could solve that problem — for my mum, and for the many other people who don't read primary scientific literature, perhaps because of a paywall or because of the unfamiliar technical format and language. I

wanted her and others to be able to learn about my research. When all this occurred to me, it was November 2015 and I had just started my first faculty position, at the North Carolina Museum of Natural Sciences (NCMNS) in Raleigh, where I head a research lab. My mother, Cindy, was coming to visit for the US Thanksgiving holiday. So, the day after the holiday, I asked her to come to work with me. I had decided to conduct a long-overdue experiment in science communication: it was time to sit down and talk to Mum about the specifics of my research.

We went to the museum's studio. There, I would film our unscripted chat for a video to accompany my institution's press release about an upcoming paper of mine (A. A. Smith *et al.*, *J. Exp. Biol.* 219, 419–430, 2016). With a few

visual aids — including pictures of the ants that I study and diagrams of the chemicals that they use to communicate with each other — and with three cameras pointing at us, I started explaining my results on fertility and sexual dimorphism in cuticular hydrocarbon profiles of three species of trap-jaw ant (*Odontomachus*). Or, in less-jargonized language, how ants use a unique chemical language to communicate about sex and fertility.

For 40 minutes, the camera rolled and I stumbled through descriptions of my latest findings, as my mother gave me live feedback on what she did and didn't understand. I asked whether she remembered what kinds of chemicals I studied, and handed her a diagram. She grimaced. She had heard me talk about cuticular hydrocarbons, but for her to understand their importance, I needed to show her that

embedded in the document is the video, which intersperses our dialogue with stills of the ant images and diagrams that I used.

I think that the clip captures both my research and a slice of my relationship with my mum: that in turn helps to make the science more engaging and reliable: even as I'm trying to present her with a summary of my work, she's cheekily interjecting one-liners about how worker ants and queens are just like sons and mothers. To understand the 'what' and 'why' of my research, one could read the press release — or, just watch our video.

The video ends with me asking my mother why she thinks that my research is important, after hearing about the study. "It's part of our world," she says. "We need to understand what it does. How we can get along with it better." At that point, I felt confident that my mum and I were on the same page in terms of why I was doing this work.

Today when I ask my mum what she says when her friends ask about what I do for work, she has a succinct answer. "I tell them you research ants," she says. "Then I say that we made a video that explains the details and why you do what you do."

JARON BE GONE

This was the third video I'd made as a way of translating primary scientific research for a non-scientist audience. A year or so earlier, I'd realized that most people would be lost in my papers' technical jargon and formatting. I'd also noticed that when family members and friends sent me articles about new research, they weren't providing links to a journal's table of contents or PDFs of a manuscript — they were sending popular-media news stories about the work.

I came to understand that if I wanted my science to find its way to the same sources that my family and friends were using, I would need to rethink my publication process. As a scientist with an interest in digital media, I had a direct path for getting first-person narratives about my work to a global mass-media audience.

Today, most mass-media outlets source their science news from institutional press releases announcing new discoveries. These write-ups often appear on news aggregators, such as the American Association for the Advancement of Science's "EurekaAlert". Reporters cover science news by including in their stories perspectives



Adrian Smith and his mother, Cindy, prepare for their live science chat.

In the past three years, I have produced and posted ten videos tied to institutional press releases about scientific research papers originating from my or my colleagues' labs. We want to use press releases as a way to make our research narratives directly accessible to a mass-media news audience — just as I made my paper accessible to my mum.

Here's how it works: we include a URL in the press release that leads reporters to a related YouTube video. We post these press releases on EurekaAlert with an embargoed period of two or three days before publication. US and international news outlets, including *The Washington Post* and *der Standard*, a daily Austrian newspaper, have picked up five of the ten press releases as the basis for their own stories, and they have added our videos alongside their written coverage. Cumulative views on the YouTube videos picked up by those outlets range from 5,000 to about 62,000, whereas views on videos associated with releases that did not get major news coverage range from 1,000 to 3,900.

When these videos were released, the number of subscribers to my personal YouTube page was a mere smattering, about 200 or 300, compared with the number of views for each of my clips. Clearly, the much larger number of

"I now view the impact of my research in terms of how well I can make my work available to those outside my profession."

and posted it directly on their sites.

Working with public-information officers to distribute media-rich press releases has given my colleagues and me the ability to present the value we see in our work to a science-curious public ourselves. We have been able to reach much larger audiences than we could have by simply publishing in journals. The engagement numbers are persuasive, even when these papers are published through open access. One of the papers we promoted was published in *PLoS ONE*, where page-view numbers are public (F. J. Laraee and A. V. Suarez *PLoS ONE* 10, e0124871, 2015). Since the paper's release in May 2015, it has accumulated around 12,200 page views — but the video about the paper has received more than 62,300 views.

First-person accounts of science were not a part of my life when I was younger. I am a first-generation university graduate with no immediate or extended family members who are involved in scientific careers. As a child, I'd never known a working scientist. When I was filming that video with my mum, I realized that I was presenting myself as a professional scientist to a family member who also had never had a personal connection to science before me. Making videos and using press releases to distribute them has helped me to introduce myself and my colleagues to the world as scientists. I now view the impact of my research not just in relation to the metrics around my journal articles, but also in terms of how well I can make my work available to those outside my profession. Online science videos and the press-release distribution system allow for direct access by and dialogue between researchers and science-news consumers. Adding first-person narratives and reshaping science-news information is not impossible for scientists who are willing to communicate their research actively. By making this content about our science readily available to any viewers, we can reach people who are interested in science but can't read original manuscripts in a journal for whatever reason.

If you don't believe me, just ask my mum. ■

Adrian A. Smith is head of the Evolutionary Biology & Behaviour Research Lab at the North Carolina Museum of Natural Sciences and a research assistant professor in biology at North Carolina State University in Raleigh.

Mayor visibilidad científica

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU, llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno

CAREER COLUMN · 17 APRIL 2018

YouTube your science

Video is an engaging way to make your research more accessible, says Adrian A. Smith.

“

Three years ago, I realized that I had never given my mum a clear explanation of what I do as a research scientist. I knew I needed to change that. I was considering how I communicated my science to non-scientists, and began to see my mother as a part of an audience I hadn't fully reached.

”

Mayor visibilidad científica

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU. Llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno

CAREER COLUMN · 17 APRIL 2018

YouTube your science

Video is an engaging way to make your research more accessible, says Adrian A. Smith.

“

Making videos and using press releases to distribute them has helped me to introduce myself and my colleagues to the world as scientists. I now view the impact of my research not just in relation to the metrics around my journal articles, but also in terms of how well I can make my work available to those outside my profession.

”

Mayor visibilidad científica

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU. Llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno

CAREER COLUMN · 17 APRIL 2018

YouTube your science

Video is an engaging way to make your research more accessible, says Adrian A. Smith.

“

In the past three years, I have produced and posted ten videos tied to institutional press releases about scientific research papers originating from my or my colleagues' labs. We want to use press releases as a way to make our research narratives directly accessible to a mass-media news audience — just as I made my paper accessible to my mum.

”

Mayor visibilidad científica

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU. Llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno

CAREER COLUMN · 17 APRIL 2018

YouTube your science

Video is an engaging way to make your research more accessible, says Adrian A. Smith.

“

One of the papers we promoted was published in PLoS ONE, where page-view numbers are public ([F. J. Larabee and A. V. Suarez PLoS ONE 10, e0124871; 2015](#)). Since the paper's release in May 2015, it has accumulated around 12,200 page views — but the video about the paper has received more than 62,300 views

”

Mayor visibilidad científica

Las nuevas tecnologías han evidenciado la relación entre un mayor uso de las herramientas de comunicación y el aumento en el número de citas académicas. En EEUU. Llevan tiempo estudiándolo, y cada vez son más las publicaciones científicas que analizan este fenómeno

Captación de talento

Ofertas de proyectos de investigación, nacionales e internacionales

Programas de captación internacional (Marie Curie, etc.)

Programas de captación de talento joven (Becas de verano, alumnos de máster, contratos de inicio a la investigación...)

Otras ofertas y convocatorias



Cerca de un 20% de los estudiantes que obtuvieron una de las becas de verano del CiTIUS en 2016 y 2017 conocieron la oferta a través de la web o las redes sociales del centro

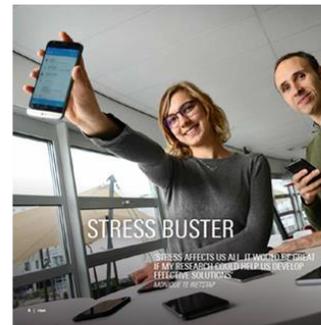
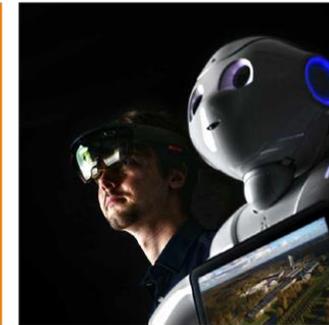
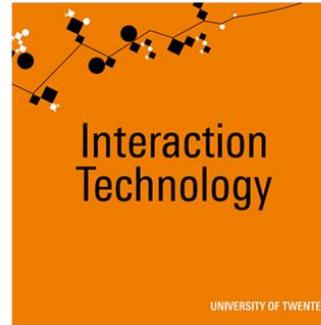
Captación de talento

Ofertas de proyectos de investigación, nacionales e internacionales

Programas de captación internacional (Marie Curie, etc.)

Programas de captación de talento joven (Becas de verano, alumnos de máster, contratos de inicio a la investigación...)

Otras ofertas y convocatorias



UNIVERSITY OF TWENTE.

SILKE TER STAL'S INTERACTIVE CONCEPT AIMS TO HELP GET TECHNOLOGY INTO THE CLASSROOM

STORYTELLING ROBOT

Not long from now, smart toys will be a regular classroom feature. Silke ter Stal's prototype of an interactive storytelling system, involving a robot and a tablet application, has brought us one step closer to a future in which technology will play a fun and vital role in educating kids.

"My passion is combining technology and design in a way that will get right inside the minds of users," Silke says. The prototype she built was part of the thesis that earned her a Master's degree in Human Media Interaction* in 2017. Providing kids aged 6 to 10 with a lot of fun, the system also challenges and enables them to develop their creativity. It consists of a robot, Cozmo – available in shops – and a self-built tablet application. Cozmo is the lead character. The action begins when Cozmo asks you to help him go to the moon, which you can do in the app by selecting story actions, such as going somewhere, moving an object or meeting another character. You then have to explain – in typing – why that event matters. Cozmo plays out the actions on a play mat with marked locations. Silke fitted his Playmobil co-actors and the various props and locations with markers Cozmo can identify. Emoticons on his display show when he is angry, happy, sad, afraid or surprised. Kids then have to explain why he feels that way. Meanwhile, a storyline on the tablet stays in view to keep the kids aware of how the story is progressing.

GETTING KIDS TO REFLECT

"Silke found a clever way of structuring the creative process and getting kids to reflect on their choices," says PostDoc researcher Alejandro Catala Bolos. "That's what makes her system stand out from existing robot-app combinations." Says Silke, "Kids tend to just play around with a robot. I had to figure out how to get them to work on developing a story line. There's hardly any literature on this yet. I learned a lot about user-centric design methods and interaction with artificial characters."

CLASSROOM TECHNOLOGY

Silke worked under the flag of the CoBOTnity Project, which aims to deliver affordable robots and virtual agents that can be used to foster creative thinking and social awareness in children. Explains Alejandro, "Silke's thesis focussed on storytelling, because it is a specific creative skill with a social context and a very rich learning potential. The prototype she built and the insights she gained represent important steps forward. As technologies mature, smart toys like this will become an important part of education – not as a replacement of teachers, but as flexible tools enabling teachers to challenge kids in new ways. Part of Silke's achievement is that she got teachers to come on board." Adds Silke, "The use of robots in class is very incidental so far. CoBOTnity's aim is to help them embrace robots and virtual agents as co-designers of classroom activities."



'IN DEVELOPING TECHNOLOGY, I LIKE GETTING AS CLOSE TO THE USER AS I CAN'
SILKE TER STAL

Captación de talento

Ofertas de proyectos de investigación, nacionales e internacionales

Programas de captación internacional (Marie Curie, etc.)

Programas de captación de talento joven (Becas de verano, alumnos de máster, contratos de inicio a la investigación...

Otras ofertas y convocatorias

Elena Mora

Responsable de comunicación del IGFAE



Pasos para comunicar

Cómo proceder
en materia de
comunicación

ON AIR

Pautas de obligado cumplimiento

1



Firmar correctamente las publicaciones científicas, haciendo constar de manera inequívoca la adscripción al CiTIUS

2



Acreditar de manera precisa el reconocimiento institucional que exige la normativa de publicidad FEDER

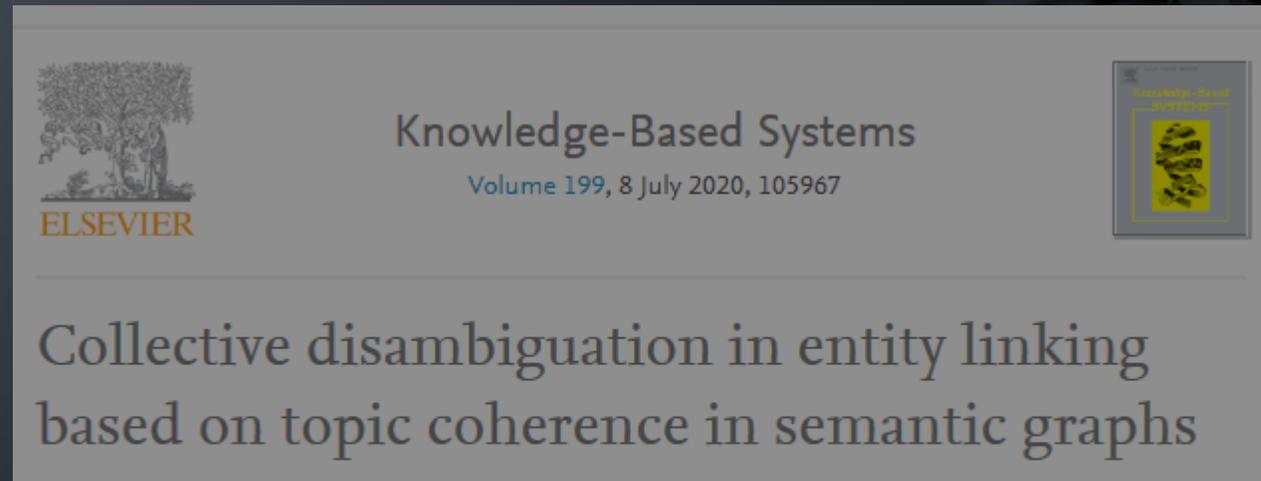
Cómo firmar las publicaciones científicas

Todos los trabajos deberán estar asociados al centro, siendo obligación del equipo investigador hacer constar expresamente su adscripción al CiTIUS y a la Universidad de Santiago:

Centro Singular de Investigación en Tecnoloxías Intelixentes (CiTIUS)
Universidade de Santiago de Compostela
15782, Santiago de Compostela, SPAIN

*NOTA: el nombre del CiTIUS se escribirá siempre en primer lugar y en letras mayúsculas, **CON LA EXCEPCIÓN DE LA PRIMERA "i"**

Cómo firmar las publicaciones científicas



Centro Singular de Investigación en Tecnoloxías Intelixentes (CiTIUS) Universidade de Santiago de Compostela, 15782 Santiago de Compostela, Spain

Correcta



Cómo firmar las publicaciones científicas

Incorrecta



Cómo firmar las publicaciones científicas



^a Centro Singular de Investigación en Tecnoloxías Intelixentes (CiTIUS), University of Santiago de Compostela, Spain

Incorrecta



Cómo firmar las publicaciones científicas

Fatigue Induced Changes in Muscle Strength and Gait Following Two Different Intensity, Energy Expenditure Matched Runs

²CiTIUS (Centro Singular de Investigación en Tecnoloxías Intelixentes), University of Santiago of Compostela, Santiago de Compostela, Spain

United Kingdom

²CiTIUS (Centro Singular de Investigación en Tecnoloxías Intelixentes), University of Santiago of Compostela, Santiago de Compostela, Spain

Incorrecta



Cómo firmar las publicaciones científicas

Fixed-Cost Pooling Strategies

Publisher: IEEE

Cite This

PDF

Centro Singular de Investigación en Tecnoloxías da
Información, Univ. Santiago de Compostela, Santiago de
Compostela, Galicia Spain (e-mail:

¿CiTIUS?

¿Correcta?



Cómo firmar las publicaciones científicas

Las publicaciones del CiTIUS deberán incluir también en el apartado 'Acknowledgements' del artículo el siguiente agradecimiento:

This work has received financial support from the Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria (accreditation 2019-2022 ED431G-2019/04) and the European Regional Development Fund (ERDF), which acknowledges the CiTIUS-Research Center in Intelligent Technologies of the University of Santiago de Compostela as a Research Center of the Galician University System.

*NOTA: el nombre del CiTIUS se escribirá siempre en primer lugar y en letras mayúsculas, **CON LA EXCEPCIÓN DE LA PRIMERA "i"**

Cómo firmar las publicaciones científicas

En el caso de que el grupo cuente con una ayuda de referencia competitiva o similar, se pueden incluir las dos en el mismo agradecimiento

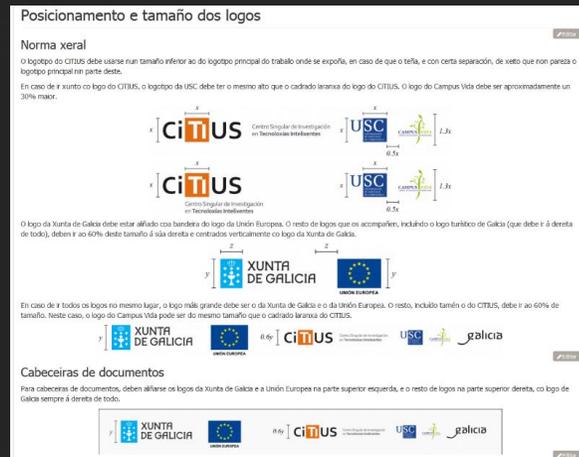
*This work has received financial support from the Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria (accreditation 2019-2022 ED431G-2019/04 **and reference competitive group 2014-2017, GRC2014/030**) and the European Regional Development Fund (ERDF), which acknowledges the CiTIUS-Research Center in Intelligent Technologies of the University of Santiago de Compostela as a Research Center of the Galician University System.*

**NOTA: Toda la información sobre cómo firmar y mejorar el impacto de las publicaciones del CiTIUS, así como los logos en formato vectorial y mapa de bits, están disponibles en la wiki del centro:*

[https://wiki.citius.usc.es/centro:xestion do citius:publicacions](https://wiki.citius.usc.es/centro:xestion%20do%20citius:publicacions)

Reconocimiento institucional

La ayuda del CiTIUS exige el cumplimiento de una normativa de publicidad asociada a los fondos FEDER. Con carácter general,



Todo documento, software, web y cualquier otro material publicado por el CiTIUS debe tener los logos de la Unión Europea, la Xunta de Galicia, los logotipos turísticos de Galicia, el logo del CiTIUS y los de la USC y Campus Vida, siguiendo las directrices expuestas en la instrucción de la Xunta. Asimismo, deberá incluirse también el texto FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL “Una manera de hacer Europa”.

**NOTA: todas las directrices sobre las tamaño, resolución y disposición de los logotipos están disponibles en la wiki del centro:*

<https://wiki.citius.usc.es/centro:identi>

Reconocimiento institucional

En caso de ir xunto co logo do CITIUS, o logotipo da USC debe ter o mesmo alto que o cadrado laranxa do logo do CITIUS. O logo do Campus Vida debe ser aproximadamente un 30% maior.



O logo da Xunta de Galicia debe estar aliñado coa bandeira do logo da Unión Europea. O resto de logos que os acompañen, incluíndo o logo turístico de Galicia (que debe ir á dereita de todo), deben ir ao 60% deste tamaño á súa dereita e centrados verticalmente co logo da Xunta de Galicia.



En caso de ir todos os logos no mesmo lugar, o logo máis grande debe ser o da Xunta de Galicia e o da Unión Europea. O resto, incluído tamén o do CITIUS, debe ir ao 60% de tamaño. Neste caso, o logo do Campus Vida pode ser do mesmo tamaño que o cadrado laranxa do CITIUS.



Cabeceiras de documentos

Para cabeceiras de documentos, deben aliñarse os logos da Xunta de Galicia e a Unión Europea na parte superior esquerda, e o resto de logos na parte superior dereita, co logo de Galicia sempre á dereita de todo.



Pés de páxina, webs, peches de documentos e finais de presentacións

Para pés de páxina, de webs, peches de documentos e finais de presentacións, debe **invertirse a colocación dos logos**. Primeiro o da Unión Europea, á súa dereita o da Xunta de Galicia, e á súa esquerda o resto de logos, co logo de Galicia á esquerda.

En caso de ir todos os logos no mesmo lugar, **o logo de Galicia debe ir á esquerda de todo**.

Para pés de documentos, ademais de invertir a colocación dos logos, hai que aliñar os logos da Xunta de Galicia e Unión Europea á dereita, e o resto de logos á esquerda.



Versións en cor e branco e negro

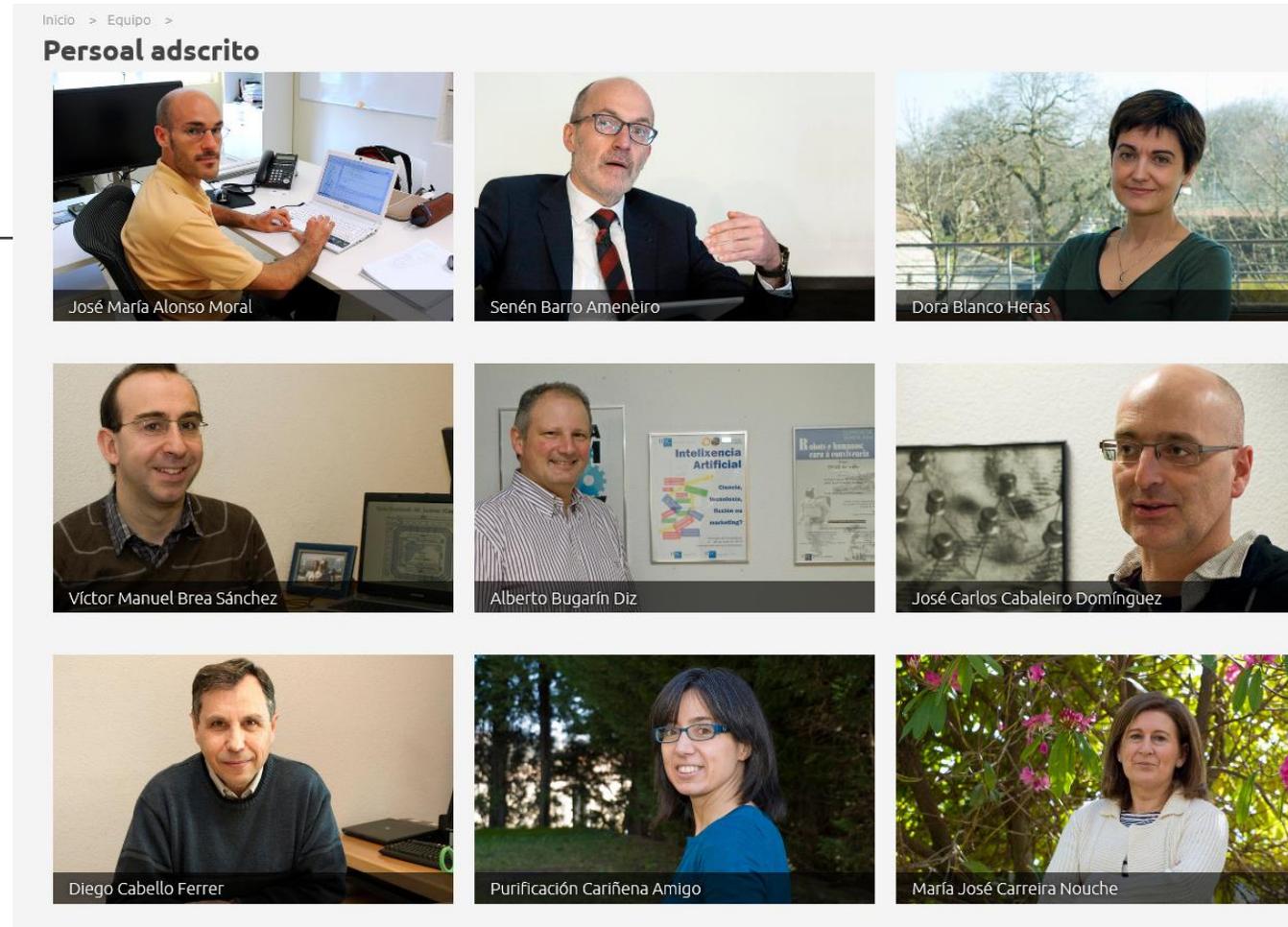


Marca profesional

¿CÓMO PUEDO
CONTRIBUIR A REFORZAR
LA DIFUSIÓN DE
RESULTADOS?

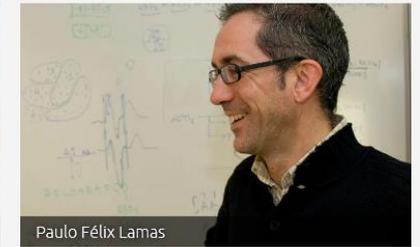
Perfiles web CiTIUS

Mantener actualizados los perfiles en la web del centro. Editarlos es tan sencillo como visitar a la dirección <https://citius.usc.es/me> y acceder a la pestaña 'Datos públicos'.



Perfiles web CiTIUS

Mantener actualizados los perfiles en la web del centro. Editarlos es tan sencillo como visitar a la dirección <https://citius.usc.es/me> y acceder a la pestaña 'Datos públicos'.

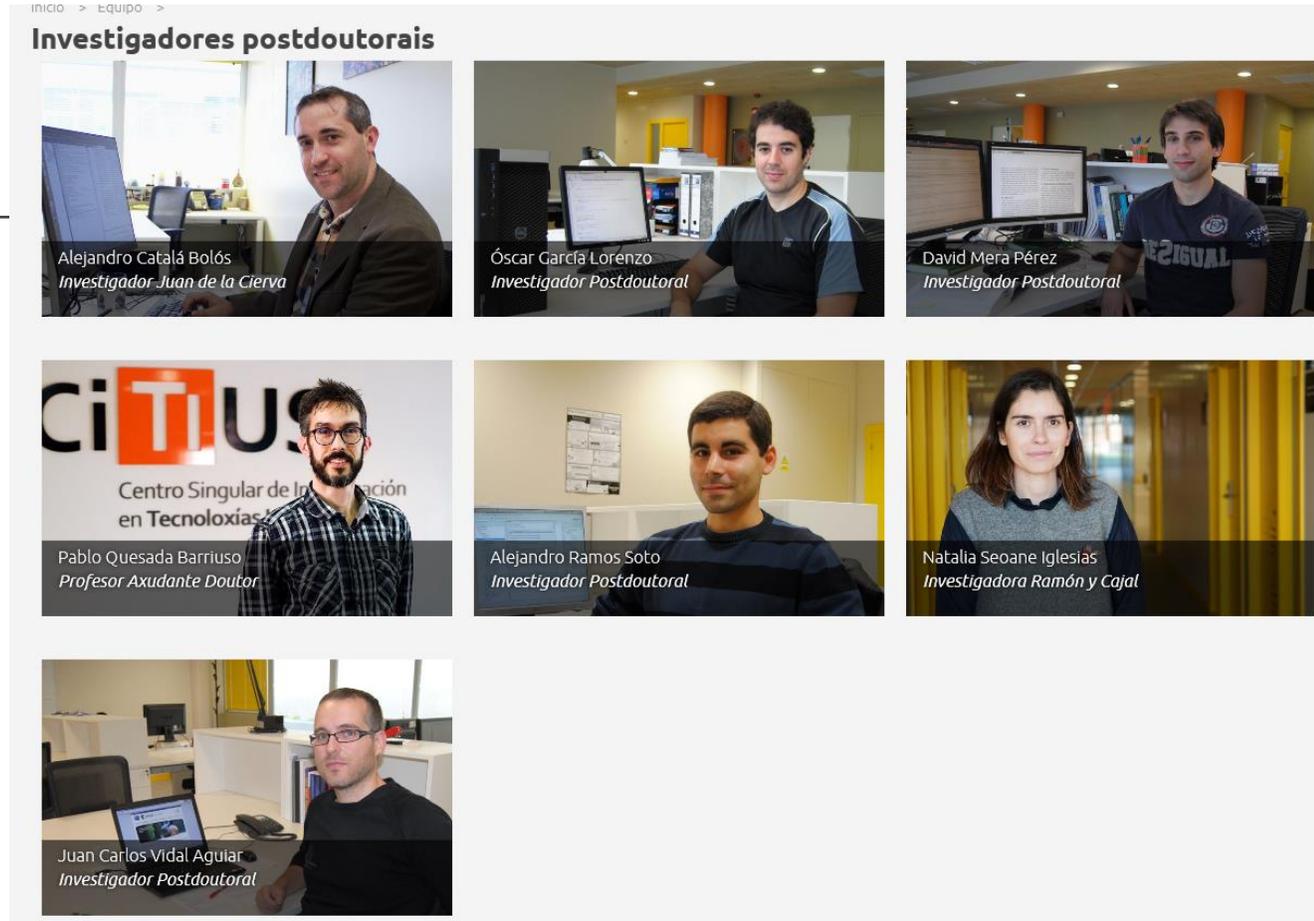


Perfiles web CiTIUS

Mantener actualizados los perfiles en la web del centro. Editarlos es tan sencillo como visitar a la dirección <https://citius.usc.es/me> y acceder a la pestaña 'Datos públicos'.

inicio > Equipo >

Investigadores postdoctorais



Alejandro Catalá Bolós
Investigador Juan de la Cierva

Óscar García Lorenzo
Investigador Postdoctoral

David Mera Pérez
Investigador Postdoctoral

Pablo Quesada Barriuso
Profesor Axudante Doutor

Alejandro Ramos Soto
Investigador Postdoctoral

Natalia Seoane Iglesias
Investigadora Ramón y Cajal

Juan Carlos Vidal Aguiar
Investigador Postdoctoral

Perfiles web CiTIUS

Mantener actualizados los perfiles en la web del centro. Editarlos es tan sencillo como visitar a la dirección <https://citius.usc.es/me> y acceder a la pestaña 'Datos públicos'.



CONTACTO

E-mail:
andres.ruiz@usc.es

Espazo:
Unidades de Apoio

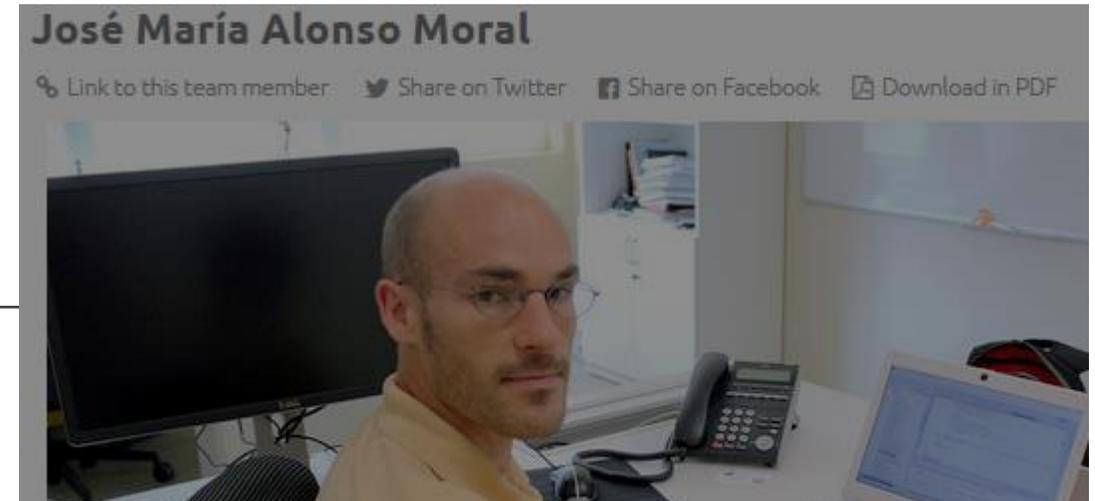
Teléfono:
+34 8818 16411

Redes sociais:

-  Twitter
-  Facebook
-  LinkedIn
-  Skype
-  Telegram

Perfiles web CiTIUS

Mantener actualizados los perfiles en la web del centro. Editarlos es tan sencillo como visitar a la dirección <https://citius.usc.es/me> y acceder a la pestaña 'Datos públicos'.



CONTACT

E-mail:

josemaria.alonso.moral@usc.es

Room:

Office 109

Phone:

+34 8818 16432

Research IDs:

ORCID
ResearcherID
Scopus Author ID
Google Scholar

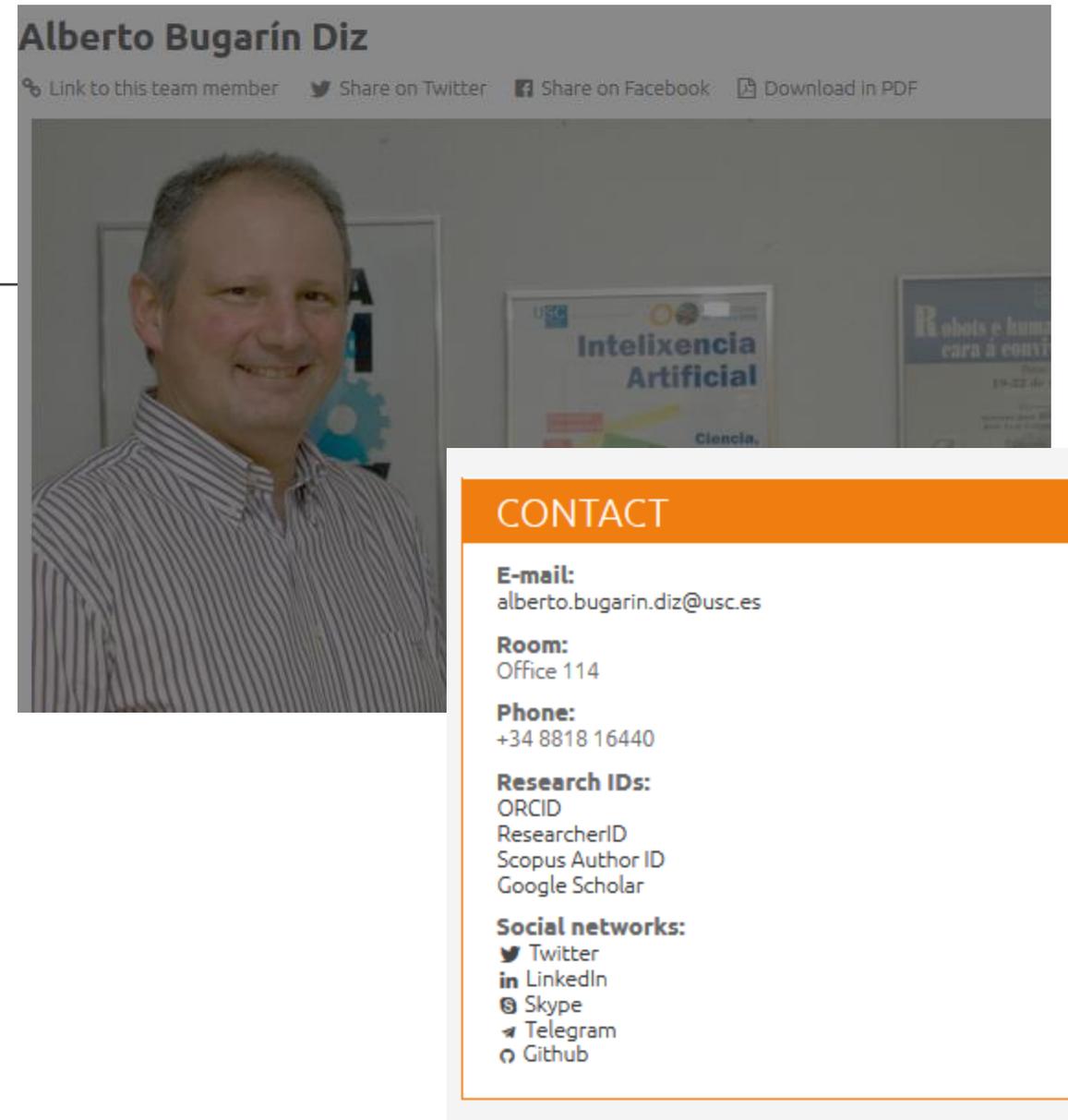
Social networks:

🐦 Twitter
in LinkedIn

Website

Perfiles web CiTIUS

Mantener actualizados los perfiles en la web del centro. Editarlos es tan sencillo como visitar a la dirección <https://citius.usc.es/me> y acceder a la pestaña 'Datos públicos'.



Alberto Bugarín Diz

Link to this team member Share on Twitter Share on Facebook Download in PDF

CONTACT

E-mail:
alberto.bugarin.diz@usc.es

Room:
Office 114

Phone:
+34 8818 16440

Research IDs:
ORCID
ResearcherID
Scopus Author ID
Google Scholar

Social networks:
Twitter
LinkedIn
Skype
Telegram
Github

Perfiles web CiTIUS

Mantener actualizados los perfiles en la web del centro. Editarlos es tan sencillo como visitar a la dirección <https://citius.usc.es/me> y acceder a la pestaña 'Datos públicos'.

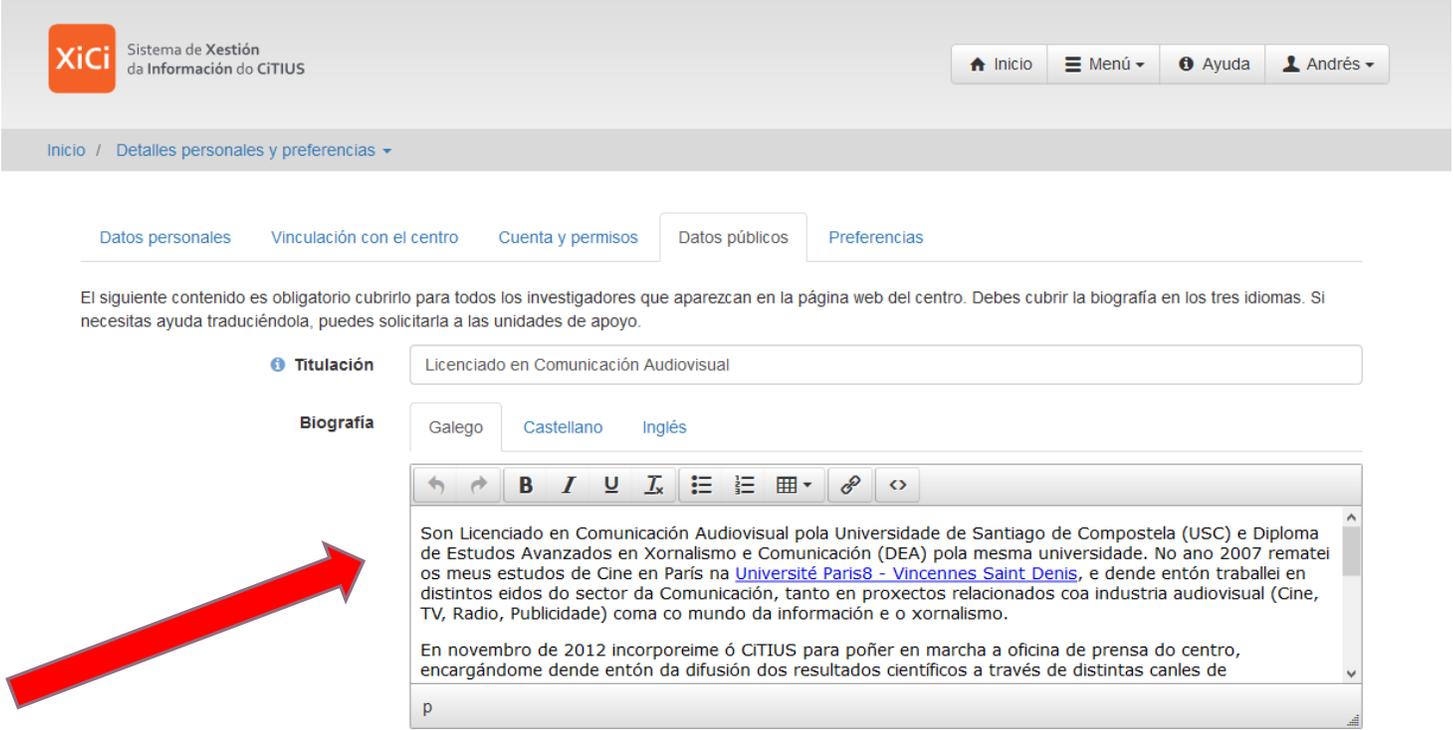


The screenshot shows the user profile page in the CiTIUS system. The header includes the 'xici' logo and the text 'Sistema de Gestión de Información de CiTIUS'. Navigation links for 'Inicio', 'Menú', 'Ayuda', and 'Andrés' are visible. The main content area has tabs for 'Datos personales', 'Vinculación con el centro', 'Datos públicos', and 'Preferencias'. The 'Datos públicos' tab is highlighted with a white box and a yellow arrow. Below the tabs, a message states: 'Los siguientes datos no pueden modificarse directamente. Para modificarlos, debes contactar con las unidades de apoyo del centro.' The profile details are as follows:

Nombre	Andrés
Apellidos	Ruiz Hiebra
Documento identificativo	DNI - 46875636A
Correo electrónico	andres.ruiz@usc.es
Teléfono trabajo	881816411
Teléfono móvil	
Sexo	Varón

Perfiles web CiTIUS

Mantener actualizados los perfiles en la web del centro. Editarlos es tan sencillo como visitar a la dirección <https://citius.usc.es/me> y acceder a la pestaña 'Datos públicos'.



XiCi Sistema de Xestión da Información do CiTIUS

Inicio / Detalles personales y preferencias

Datos personales Vinculación con el centro Cuenta y permisos Datos públicos **Preferencias**

El siguiente contenido es obligatorio cubrirlo para todos los investigadores que aparezcan en la página web del centro. Debes cubrir la biografía en los tres idiomas. Si necesitas ayuda traduciéndola, puedes solicitarla a las unidades de apoyo.

Titulación Licenciado en Comunicación Audiovisual

Biografía Galego **Castellano** Inglés

Son Licenciado en Comunicación Audiovisual pola Universidade de Santiago de Compostela (USC) e Diploma de Estudos Avanzados en Xornalismo e Comunicación (DEA) pola mesma universidade. No ano 2007 rematei os meus estudos de Cine en París na [Universit  Paris8 - Vincennes Saint Denis](#), e dende entón traballei en distintos eidos do sector da Comunicación, tanto en proxectos relacionados coa industria audiovisual (Cine, TV, Radio, Publicidade) coma co mundo da información e o xornalismo.

En novembro de 2012 incorporeime   CiTIUS para poñer en marcha a oficina de prensa do centro, encarg ndome dende entón da difusión dos resultados cientificos a través de distintas canles de

p

El siguiente contenido es opcional y aparecerá también en la página web del centro. Si no quieres que algún dato sea comunicado públicamente, puedes desmarcar la casilla «Público», en caso de que la tenga.

Herramienta de correo electrónico

El CiTIUS dispone de una herramienta de correos que no solo permite automatizar y filtrar el envío de correos electrónicos, sino también generar una firma institucional que contribuya a reforzar la imagen de la institución y el perfil científico de todos sus miembros, incluyendo enlaces a perfiles como Scopus, WebOfScience o Google Scholar (entre otros).



Sistema de Xestión da Información do CITIUS

Utilidades de correo electrónico

Listas de correos [Generador de firmas](#)

Puedes usar esta herramienta para generar una lista de correos personalizada de personal del centro, en función de diversos factores. Generalmente, la primera opción es la que necesitas si quieres enviar un mensaje «a todo el mundo».

Selecciona un grupo de investigadores

Elige una opción

Lista de correos electrónicos

Herramienta de correo electrónico

Para configurar la firma, tan solo es necesario acceder desde un navegador a la herramienta de correos

<https://apps.citius.usc.es/correos/>

y pulsar sobre la pestaña “Generador de firmas” situado inmediatamente después de la opción “Listas de Correo”.



Herramienta de correo electrónico

Para configurar la firma, tan solo es necesario acceder desde un navegador a la herramienta de correos

<https://apps.citius.usc.es/correos/>

y pulsar sobre la pestaña “Generador de firmas” situado inmediatamente después de la opción “Listas de Correo”.

The screenshot shows the 'Generador de firmas' (Signature Generator) interface. At the top, there are two tabs: 'Listas de correos' and 'Generador de firmas'. Below the tabs, a message states: 'Puedes usar este generador para crear una firma de correo electrónico con la imagen del centro. Selecciona los campos que desees y copia el resultado en tu cliente de correo.' (You can use this generator to create an email signature with the image in the center. Select the fields you want and copy the result into your email client.)

The interface is divided into two main columns: 'Elementos disponibles' (Available Elements) and 'Elementos añadidos' (Added Elements).

Elementos disponibles:

- Arrastra los elementos que desees a alguna de las cuatro líneas de la derecha. Entendido
- Utilidades de correo electrónico
- Información personal
 - Andrés Ruiz Hiebra
 - A Texto personalizado
 - ✉ andres.ruiz@usc.es
 - ☎ +34 881816411
 - 🐦 dunkerque42
 - 📘 aruizface
 - 🌐 andresruiz1977
 - 📞 andresruiz1977
- Información del centro
 - ✉ citius@usc.es
 - 🌐 citius.usc.es
 - 🐦 citiususc
 - 📘 citiususc
 - 🌐 citiususc
 - 📍 citiususc
 - 📞 citiususc

Elementos añadidos:

- Andrés Ruiz Hiebra ✕
- ✉ andres.ruiz@usc.es ✕ ☎ +34 881816411 ✕ 📞 andresruiz1977 ✕
- 🌐 citius.usc.es ✕ 🐦 citiususc ✕

Resultado:

CITIUS Andrés Ruiz Hiebra
Unidade de Prensa e Comunicación
✉ andres.ruiz@usc.es · ☎ +34 881816411 · 🌐 andresruiz1977
🌐 citius.usc.es · 🐦 citiususc

Quando la firma quede a tu gusto, pulsa el botón de «Mostrar el código de la firma» para obtener el código que deberás pegar en tu cliente de correo. Entendido

Redes sociales

Se recomienda el uso de redes sociales para reforzar la propia marca profesional y el nombre del centro, **muy especialmente Twitter y LinkedIn**

The screenshot shows the ResearchGate interface for an article. At the top, there is a search bar and a 'Discover by subject area' button. Below the search bar, there are three 'See all' links: '115 Citations', '47 References', and '1 Figures'. On the right side, there are links for 'Download citation' and 'Share'. The article title is 'The role of Twitter in the life cycle of a scientific publication'. Below the title, it says 'Article (PDF Available) in Ideas in Ecology and Evolution 6(1) · May 2013 with 1,447 Reads'. There is also a DOI link and a 'Cite this publication' link. Below the article information, there are four author profiles: Emily S, David Shiffman, Isabelle M. Côté, and Joshua Drew. The abstract section is visible at the bottom, starting with 'Abstract' and followed by the text: 'Twitter is a micro-blogging social media platform for short messages that can have a long-term impact on how scientists create and publish ideas. We investigate the usefulness of twitter in the development and distribution of scientific knowledge. At the start of the life cycle of a scientific publication, twitter provides a large virtual department of colleagues that can help to rapidly generate, share and refine new ideas. As ideas become manuscripts, twitter can be used as an informal arena for the pre-review of works in progress. Finally, tweeting published findings can communicate research to a broad audience of other researchers, decision makers, journalists and the general public that can amplify the scientific and social impact of publications. However, there are limitations, largely surrounding issues of intellectual property and ownership, inclusiveness and misrepresentations of science sound bites. Nevertheless, we believe twitter is a useful social media tool that can provide a valuable contribution to scientific publishing in the 21st century.'

Redes sociales

Se recomienda el uso de redes sociales para reforzar la propia marca profesional y el nombre del centro, **muy especialmente Twitter y LinkedIn**



@citiususc

Redes sociales

Se recomienda el uso de redes sociales para reforzar la propia marca profesional y el nombre del centro, **muy especialmente Twitter y LinkedIn**

Actividad del Tweet

Sep 11 - Dec 10, 2019

Exportar datos

Sus Tweets consiguieron **78.0K impresiones** en este periodo de **91 días**



SUS TWEETS
Durante este periodo de 91, consiguió **857 impresiones** por día.

Tweets Tweets destacados Tweets y respuestas Impresiones Interacciones Tasa de interacción Promocionado

Tweet	Impresiones	Interacciones	Tasa de interacción
CITIUS @citiusc - 29 nov. 'O tren da igualdade xa está en marcha, nas vosas mans está que siga avanzando cara ao futuro'. As investigadoras do CITIUS @dorabheras e Eva Cemadas achegaron onte nunha mesa de debate da II #FeiralnnovaciónUSC a súa experiencia como mulleres tecnólogas da @UniversidadeUSC pic.twitter.com/njHbjNLKDW Ver la Actividad del Tweet Promocionar	8.156	331	4,1 %
CITIUS @citiusc - 12 sept. El investigador @albugadiz recoge en Praga el premio internacional #IFSA 'Journal Best Paper Award', en reconocimiento a un trabajo desarrollado íntegramente en el CITIUS citiusc.usc.es/n/2195 Ver la Actividad del Tweet Promocionar	7.453	78	1,0 %
CITIUS @citiusc - 21 nov. A work developed at CITIUS by scientists @tfpena et al., among the @plosone most cited papers in 2016 #plosmostcited #plosoneauthor journals.plos.org/plosone/articl... Ver la Actividad del Tweet Promocionar	6.041	48	0,8 %

Interacciones
Mostrar 91 días con frecuencia diaria



Clics en el enlace
455
11 clics en el enlace (Dec 10)



Retweets
99
0 Retweets (Dec 10)

Redes sociales

Se recomienda el uso de redes sociales para reforzar la propia marca profesional y el nombre del centro, **muy especialmente Twitter y LinkedIn**

María José Carreira Nouche

[Link to this team member](#) [Share on Twitter](#) [Share on Facebook](#) [Download in PDF](#)



CONTACT

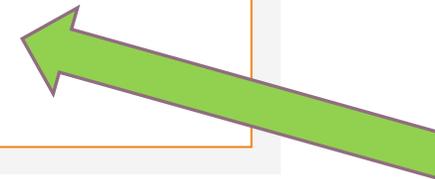
E-mail:
mariajose.carreira@usc.es

Room:
Office 108

Phone:
+34 8818 16431

Research IDs:
ORCID
ResearcherID
Scopus Author ID
Google Scholar

Social networks:
[Twitter](#)
[Facebook](#)
[LinkedIn](#)
[Skype](#)
[Telegram](#)



Redes sociales

Se recomienda el uso de redes sociales para reforzar la propia marca profesional y el nombre del centro, **muy especialmente Twitter y LinkedIn**



[Editar perfil](#)

Andrés Ruiz

@Dunkerque42

Periodista científico, responsable de comunicación del @citiususc. Aquí música, ciencia, sonrisas y reflexiones. Escribo sobre lo que me conmueve en @Mundiario

📍 Ares, A Coruña (Spain) 🔗 mundiario.com/author/andresr...

📅 Se unió el noviembre de 2011

Redes sociales

Se recomienda el uso de redes sociales para reforzar la propia marca profesional y el nombre del centro, **muy especialmente Twitter y LinkedIn**



Redes sociales

Se recomienda el uso de redes sociales para reforzar la propia marca profesional y el nombre del centro, **muy especialmente Twitter y LinkedIn**



Enviar mensaje

Más...

Senén Barro Ameneiro · 1er

Exrector de la Universidade de Santiago de Compostela (2002-2010)

-  Universidad de Santiago de Compostela
-  Universidade de Santiago de Compostela



Universidad de Santiago de Compostela

25 años



Catedrático de Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial

1995 – actualidad · 25 años

CITIUS, Centro Singular de Investigación en TI, Santiago de Compostela



Rector

2002 – 2010 · 8 años



Presidente

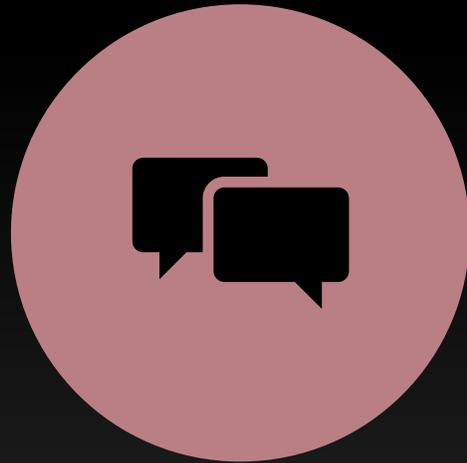
RedEmprendia

jun. de 2010 – jun. de 2017 · 7 años y 1 mes

Política de comunicación



Política de comunicación



COMUNICACIÓN
INTERNA



COMUNICACIÓN
EXTERNA

Comunicación interna

Política de comunicación interna	
CONTENIDOS ELEGIBLES Y PROCEDIMIENTOS DE COMUNICACIÓN DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	
MEDIO	PANTALLAS DEL CENTRO
CONTENIDOS ELEGIBLES	Información de interés sobre la actividad interna Conferencias, Seminarios, Tesis, Doctoral Meetings, Cursos, actividades de formación y presentaciones celebradas en el CiTIUS Convocatorias de proyectos, premios y ayudas Noticias de actualidad del CiTIUS ('CiTIUS News') Alertas e información sobre el uso de infraestructuras en el CiTIUS Carteles de bienvenida a las nuevas incorporaciones Anuncio de concursos, competiciones, encuentros y jornadas de <i>team building</i>
	Información de interés sobre actividades externas Ofertas de trabajo en empresas que puedan interesar a investigadores del centro Ofertas de investigación en otras instituciones académicas (solo postdoctorales) Cursos y Conferencias externas de interés para el equipo del CiTIUS
	Otros casos de interés bajo demanda
	PROCEDIMIENTO Los investigadores deberán enviar un correo a andres.ruiz@usc.es exponiendo los contenidos que deseen publicar con la antelación mínima establecida para cada caso en la Wiki del centro para que la información llegue a sus colegas en un período de tiempo razonable. (Ver

MEDIO	PÁGINA WEB DEL CiTIUS	
	WEB PÚBLICA	WEB INTERNA
CONTENIDOS ELEGIBLES	Sección 'Eventos'	
	<ul style="list-style-type: none"> • Conferencias • Tesis • Doctoral Meetings • Cursos, seminarios y Workshops • Actividades públicas del Programa de Formación • Otras presentaciones del CiTIUS 	Reunión de redes de investigadores y eventos privados relacionados con proyectos Actividades del Programa de Formación restringidas a investigadores del CiTIUS Agenda de alertas sobre el uso de infraestructuras del CiTIUS
	<ul style="list-style-type: none"> • Jornadas de difusión y puertas abiertas organizadas por el centro (<i>Inside the Lab, Ciencia Singular... etc.</i>). 	Eventos no oficiales organizados por investigadores del centro (seminarios internos, concursos y competiciones, presentaciones no abiertas al público, celebraciones... etc.).
	Sección 'Noticias'	
	Noticias sobre resultados científicos, proyectos, becas y ayudas del CiTIUS	Información de interés sobre actividad interna Convocatorias de proyectos, premios y ayudas

Comunicación externa

Política de comunicación externa	
CONTENIDOS ELEGIBLES Y PROCEDIMIENTOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA DEL CiTIUS	
CASO 1	TRABAJOS PUBLICADOS EN REVISTAS CIENTÍFICAS
CONTENIDOS ELEGIBLES	<ul style="list-style-type: none"> Artículos publicados en revistas Q1 (SJR O JCR) Otros trabajos no incluidos en el primer cuartil, siempre y cuando consideren de especial interés mediático
PROCEDIMIENTO	<p>Los investigadores deberán dar de alta en XiCI los nuevos trabajos momento de su aceptación.</p> <p>La Unidad de Prensa programará una actualización en Twitter con imagen del paper y, en el caso de estimarse oportuno, redactará también una entrada en la sección de noticias de la web del CiTIUS.</p> <p>Adicionalmente, en aquellas publicaciones que se consideren de mayor impacto potencial en los medios de comunicación, la Unidad de Prensa redactará también una nota de prensa para enviar a los medios.</p>

CASO 2	COMUNICACIONES A CONGRESOS
CONTENIDOS ELEGIBLES	<ul style="list-style-type: none"> Congresos CORE A o superior, congresos GRIN clase 1 o clase 2 Comunicaciones a congresos indexados en el 1º cuartil del ranking S Congresos de Sociedades científicas internacionales de prestigio Publicaciones en congresos de calidad equiparable a los ya citados en función del impacto, ratio de trabajos aceptados, etc. Otras comunicaciones a congresos, en el caso de que reciban algún premio durante la celebración del encuentro
PROCEDIMIENTO	<p>Los investigadores deberán dar de alta en XiCI los nuevos trabajos momento de su aceptación.</p> <p>Además, el mismo día del evento la persona o personas involucradas deberán enviar a la Unidad de Prensa fotografías y/o algún otro tipo material que facilite la difusión, por el canal que haya sido acordado previamente. Las fotografías enviadas deberán contener preferiblemente una imagen de los investigadores durante su participación en el congreso, así como elementos distintivos (carteles, edificios, etc.) que permitan contextualizar la celebración del encuentro.</p> <p>La Unidad de Prensa publicará una actualización en Twitter y, en el caso de estimarse oportuno, redactará también una entrada en la sección de noticias de la web del CiTIUS. Adicionalmente, en aquellas publicaciones que se consideren de mayor impacto potencial en los medios de comunicación, la Unidad de Prensa redactará también una nota de prensa para enviar a los medios.</p>

Comunicación externa

CASO 3	PROYECTOS CIENTÍFICOS
CONTENIDOS ELEGIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Consecución de proyectos financiados por organismos internacionales • Grandes proyectos o iniciativas estratégicas de alcance nacional • Resultados de proyectos científicos de alto impacto nacional o internacional <p>Las unidades de Prensa y KMT podrán considerar la difusión de proyectos incluidos en esta política, siempre que se consideren de alta relevancia científica.</p>
PROCEDIMIENTO	<p>La Unidad de Prensa se reunirá con el equipo responsable para identificar aspectos de mayor interés científico y social, con el objetivo de difundir información en la página web y las redes sociales del CiTIUS. Adicionalmente, en aquellas publicaciones que se consideren de mayor impacto potencial en medios de comunicación, la Unidad de Prensa reforzará esta difusión mediante una nota de prensa a los medios.</p>

CASO 4	PREMIOS Y DISTINCIONES
CONTENIDOS ELEGIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Premios concedidos por sociedades científicas o tecnológicas. • Premios 'Best Paper Award' en congresos • Premios de fundaciones u otros organismos, nacionales o internacionales • Premios sectoriales de carácter autonómico • Premios relacionados con trabajos académicos (TFG, TFM, etc)
PROCEDIMIENTO	<p>Los investigadores receptores de un premio deberán ponerse en contacto con la Unidad de Prensa y KMT pronto como tengan conocimiento de la concesión con las unidades de Prensa y KMT (andres.ruiz@usc.es y citius.kmt@usc.es).</p> <p>La Unidad de Prensa hará difusión a través de las redes sociales del CiTIUS. En el caso de los premios de mayor alcance, publicará también una entrada en la sección de noticias de la web.</p> <p>Adicionalmente, los premios de gran impacto se difundirán en los medios de <u>comunicación</u> mediante el envío de una nota de prensa.</p>

Comunicación externa

CASO 3	PROYECTOS CIENTÍFICOS
CONTENIDOS ELEGIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Consecución de proyectos financiados por organismos internacionales • Grandes proyectos o iniciativas estratégicas de alcance nacional • Resultados de proyectos científicos de alto impacto nacional o internacional <p>Las unidades de Prensa y KMT podrán considerar la difusión de proyectos incluidos en esta política, siempre que se consideren de alta relevancia científica.</p>
PROCEDIMIENTO	<p>La Unidad de Prensa se reunirá con el equipo responsable para identificar aspectos de mayor interés científico y social, con el objetivo de difundir información en la página web y las redes sociales del CiTIUS. Adicionalmente, en aquellas publicaciones que se consideren de mayor impacto potencial, a través de los medios de comunicación, la Unidad de Prensa reforzará esta difusión en una nota de prensa a los medios.</p>

CASO 4	PREMIOS Y DISTINCIONES
CONTENIDOS ELEGIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Premios concedidos por sociedades científicas o tecnológicas. • Premios 'Best Paper Award' en congresos • Premios de fundaciones u otros organismos, nacionales o internacionales • Premios sectoriales de carácter autonómico • Premios relacionados con trabajos académicos (TFG, TFM, etc)
PROCEDIMIENTO	<p>Los investigadores receptores de un premio deberán ponerse en contacto con la Unidad de Prensa y KMT pronto como tengan conocimiento de la concesión con las unidades de Prensa y KMT (andres.ruiz@usc.es y citius.kmt@usc.es).</p> <p>La Unidad de Prensa hará difusión a través de las redes sociales del CiTIUS. En el caso de los premios de mayor alcance, publicará también una entrada en la sección de noticias de la web.</p> <p>Adicionalmente, los premios de gran impacto se difundirán en los medios de <u>comunicación</u> mediante el envío de una nota de prensa.</p>

Comunicación externa

CASO 5	PARTICIPACIÓN EN CONGRESOS, EVENTOS DE NETWORKING O JORNADAS DE DIVULGACIÓN
CONTENIDOS ELEGIBLES	<ul style="list-style-type: none">• Presentaciones y/o ruedas de prensa de proyectos e iniciativas en las que participe activamente el CiTIUS• Participación en grandes eventos de fomento de la cooperación o <i>networking</i> (ICT, otros) y jornadas estratégicas a nivel nacional o internacional. Podrán considerarse también eventos autonómicos de especial relevancia.• Participación en encuentros globales de divulgación de la ciencia, como <i>Famelab</i>, <i>Pint of Science</i>, <i>Nerdnites</i>, <i>DataBeers</i> u otros).
PROCEDIMIENTO	<p>Los investigadores que hayan confirmado su participación en un evento deberán facilitar la información a andres.ruiz@usc.es y citius.kmt@usc.es con un mínimo de una semana de antelación, con el propósito de que la Unidad de Prensa disponga del tiempo suficiente para planificar la difusión.</p> <p>Además, el mismo día de celebración del evento la persona o personas involucradas deberán enviar a la Unidad de Prensa fotografías y/o algún otro tipo material que pueda facilitar la difusión, por el canal que haya sido acordado previamente. Las fotografías enviadas deberán contener preferiblemente una imagen de los investigadores durante su participación en el evento, así como elementos distintivos (carteles, edificios, etc.) que permitan contextualizar la celebración del encuentro.</p> <p>Con el material enviado, la Unidad de Prensa se encargará de difundir esta participación en las redes sociales del CiTIUS. Adicionalmente, podrá difundir la participación en eventos de mayor impacto a través de una noticia web o, llegado el caso, el envío de una nota de prensa.</p>

ACCIÓN 1	VÍDEOS DIVULGATIVOS
DESCRIPCIÓN	Realización y edición de vídeos divulgativos de corta duración que sirva para comunicar la investigación del CiTIUS a todos los públicos, de un lenguaje sencillo, breve, y accesible
CASOS ELEGIBLES ¹	<ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones del máximo impacto científico • Nuevos sistemas o herramientas de alto valor añadido para la sociedad • Proyectos europeos o de alcance internacional • Proyectos de carácter nacional o autonómico de alta relevancia
PROCEDIMIENTO	Las unidades de Prensa y KMT contactarán con las personas seleccionadas para acordar una primera reunión que permita identificar los aspectos más relevantes y esenciales a destacar en el vídeo y elaborar posteriormente un borrador de guion. La Unidad de Prensa dirigirá la ejecución del vídeo

Otras acciones de comunicación externa

ACCIÓN 2	VIDEODEMOSTRADORES
DESCRIPCIÓN	Realización y/o edición de demostradores en formato vídeo que sirvan para la presentación de una determinada tecnología ante potenciales nuevos socios (Ejemplos: chip PMU, Motion Planning, LiDAR... etc).
CASOS ELEGIBLES¹	<ul style="list-style-type: none"> • Proyectos e iniciativas con alto potencial ante el tejido socioeconómico en el ámbito científico • Proyectos e iniciativas con trascendencia social
PROCEDIMIENTO	Las unidades de Prensa y KMT contactarán con las personas seleccionadas para acordar una primera reunión que permita identificar los aspectos esenciales a destacar en el vídeo y elaborar posteriormente un borrador de guion. La Unidad de Prensa dirigirá la ejecución del vídeo

Otras acciones de
comunicación externa

ACCIÓN 3	REFUERZO DE LA DIVULGACIÓN ACTIVA
DESCRIPCIÓN	En esta nueva etapa se pretende involucrar a un mayor número de investigadores del centro en la divulgación de la ciencia y en el fomento de nuevas vocaciones científicas, mediante su participación en iniciativas globales como las recogidas en esta acción
CASOS PROPUESTOS	<p style="text-align: center;">Acciones de divulgación promovidas desde el CITIUS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visitas de escolares al centro • Inside the Lab • 'Ciencia Singular', jornada anual de puertas abiertas de los Centros de Investigación Científica Singular • NUEVO Diseño de un programa propio de actividades en el marco de la Noche Europea de los Investigadores • NUEVO Refuerzo Premios Turing en el Programa Conciencia
	<p style="text-align: center;">Acciones de divulgación promovidas desde otras instituciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Divulgación en centros de educación primaria y secundaria • Divulgación y promoción de la figura de la mujer en la ciencia (8M, Día das rapazas nas TIC programa ADA, Unha enxeñeira científica en cada cole... etc.) • Encuentros de divulgación científica ya consolidados y dirigidos al público adulto, como Pint of Science, Nerd Nites, Regueifas de Ciencia, Famelab... etc.
PROCEDIMIENTO	<p>Las unidades de Prensa y KMT contactarán con los equipos del centro para incorporar nuevos demostradores a las distintas iniciativas propuestas desde el CITIUS. Los/as investigadores/as que vayan a participar en iniciativas externas deberán comunicar a andres.ruiz@usc.es y citius.kmt@usc.es la fecha y el lugar de la charla con un mínimo de una semana de antelación.</p> <p>La Unidad de Prensa informará de las convocatorias abiertas por el centro a través de la web interna y las pantallas del centro. Asimismo, contactará con posibles candidatos/as para promover activamente la participación en encuentros de divulgación que se consideren de especial interés.</p>

Otras acciones de comunicación externa

Cómo actuar ante...

PAUTAS Y CONSEJOS
PARA MEJORAR LA
COMUNICACIÓN DE
RESULTADOS



Difusión de trabajos colectivos



- ✚ **Antes de comenzar el proceso,** el equipo responsable deberá poner en contacto a la Unidad de Prensa del CiTIUS con los respectivos gabinetes de comunicación del resto de instituciones o empresas.
- ✚ La difusión de comunicados en proyectos colectivos **se realizará siempre de manera coordinada,** notificando al resto de organizaciones la voluntad de elaborar una nota de prensa con la antelación necesaria en cada caso.
- ✚ En todos aquellos trabajos en los que se participe el CiTIUS, los/as investigadores/as **deberán asegurarse de que el centro aparezca debidamente citado en cualquier información que se difunda,** estableciendo para ello los procesos de revisión que se estimen oportunos de común acuerdo con la Unidad de Prensa del CiTIUS.

IBM Research-Zurich

30 years of atomic force microscopy: IBM scientists trigger and observe Reactions in an individual molecule



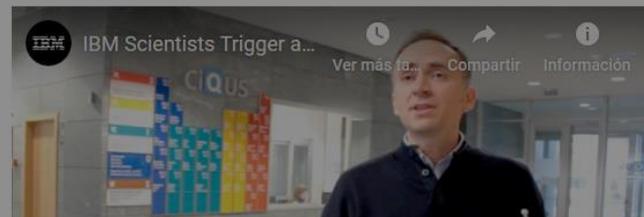
January 25, 2016 | Written by: IBM Research Editorial Staff

Categorized: IBM Research-Zurich | Materials Science

Share this post:



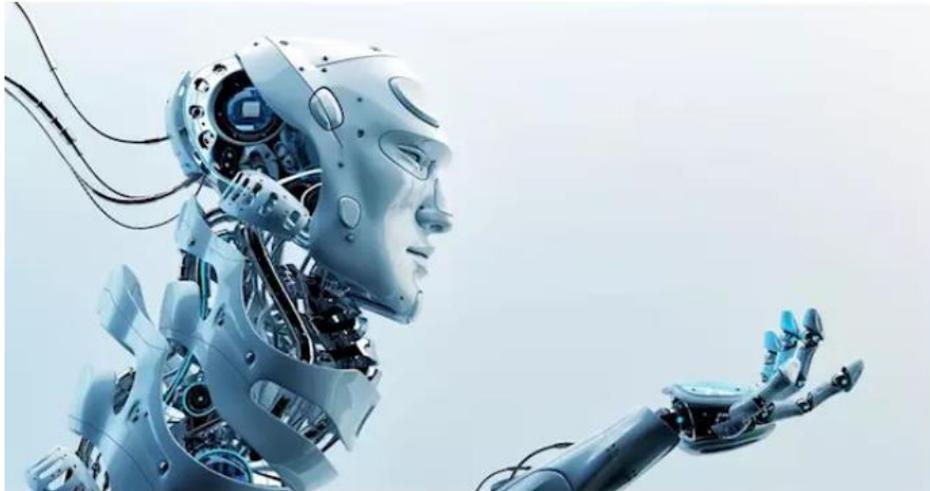
Once again, IBM scientists are opening the eyes of the world to objects that exist only at the atomic scale.



In a new paper appearing today in the peer-reviewed journal *Nature Chemistry*, IBM researchers, in collaboration with CiQUS at the University of Santiago de Compostela, have observed a fascinating molecular rearrangement reaction known as a **Bergman cyclisation** – which was first described in 1972 by American chemist Robert George Bergman. The paper will be featured on the cover of the March issue.



Minsait descifra en un proyecto europeo el lenguaje de la IA para contribuir a su aplicación ética



Aplicación de la Inteligencia Artificial (IA) - INDRA - Archivo

La iniciativa pretende aplicar el Lenguaje Natural a la IA para generar explicaciones que justifiquen las decisiones tomadas por los sistemas digitales

MADRID, 19 Ene. (EUROPA PRESS) -

Minsait, una compañía de Indra, participa, junto a organismos de otros cinco países, en el proyecto europeo NL4XAI (Natural Language for Explainable AI), que pretende aplicar el Lenguaje Natural a la Inteligencia Artificial (IA) para generar explicaciones que justifiquen las decisiones tomadas por los sistemas digitales y contribuir así a su aplicación ética.

europa press comunicados

ÚLTIMAS NOTICIAS / ECONOMÍA >>

Las cajas de ahorro asociadas a CECA han concedido 2.177 millones de euros a través de la moratoria sectorial

Los territorios que pasen a la fase 1 podrán abrir comercios, terrazas y hoteles a partir del lunes

Los bancos de AEB han concedido 51.626 moratorias sectoriales de crédito complementarias a las del Gobierno

Privacidad

Lo más leído

1 El Gobierno cambia de criterio y permite pernoctar en segundas residencias dentro de una misma provincia en fase 1



Buscador

CITIUS

No se han encontrado resultados. Pruebe a realizar una nueva búsqueda.

- Ver nuestros servicios.
- Conoce nuestro enfoque integral.
- Nuestro área de talento.

Presentaciones públicas, ruedas de prensa, conferencias o charlas invitadas



- ✚ Presentarse en todos los casos como investigador o investigadora del CiTIUS.
- ✚ Siempre que sea posible, hacer uso del material gráfico de promoción y difusión del centro (roll-ups, folletos, etc.).
- ✚ Contactar con la Unidad de Prensa del CiTIUS para aclarar posibles dudas relacionadas con la comunicación antes de la celebración del encuentro.

Presentaciones públicas, ruedas de prensa, conferencias o charlas invitadas

elCorreoGallego_{es}

Opinión Galicia Santiago SAM Tendencias Deportes Última Hora Más ▾

Bugallo: "Muere más gente por respirar aire contaminado que en accidentes de tráfico"

El proyecto Trafair ayudará a mantener a raya la polución en la capital de Galicia



Esta iniciativa europea, en la que participan, además del Concello de Santiago, el Cesga (Centro de Supercomputación de Galicia) y la USC, junto con otros seis socios

Contacto de un medio de comunicación

- ✚ Notificar a la Unidad de Prensa la llamada o el correo de la/el periodista, indicando el motivo del contacto y la fecha de publicación.
- ✚ Presentarse siempre como investigador o investigadora del CiTIUS. Siempre que haya oportunidad, introducir una pequeña referencia sobre el centro.
- ✚ Buscar siempre apoyo en la Unidad de Prensa.





arXiv.org > q-bio > arXiv:2004.13695

Search...

All fields

Search

[Help](#) | [Advanced Search](#)

Quantitative Biology > Populations and Evolution

COVID-19 e-print

Important: e-prints posted on arXiv are not peer-reviewed by arXiv; they should not be relied upon without context to guide clinical practice or health-related behavior and should not be reported in news media as established information without consulting multiple experts in the field.

[Submitted on 28 Apr 2020 (v1), last revised 3 May 2020 (this version, v2)]

COVID-19: Estimating spread in Spain solving an inverse problem with a probabilistic model

Marcos Matabuena, Carlos Mejjide-García, Pablo Rodríguez-Mier, Víctor Leborán

We introduce a new probabilistic model to estimate the real spread of the novel SARS-CoV-2 virus along regions or countries. Our model simulates the behavior of each individual in a population according to a probabilistic model through an inverse problem; we estimate the real number of recovered and infected people using mortality records. In addition, the model is dynamic in the sense that it takes into account the policy measures introduced when we solve the inverse problem. The results obtained in Spain have particular practical relevance: the number of infected individuals can be 17 times higher than the data provided by the Spanish government on April 26 *th* in the worst-case scenario. Assuming that the number of fatalities reflected in the statistics is correct, 9.8 percent of the population may be contaminated or have already been recovered from the virus in Madrid, one of the most affected regions in Spain. However, if we assume that the number of fatalities is twice as high as the official numbers, the number of infections could have reached 19.5%. In Galicia, one of the regions where the effect has been the least, the number of infections does not reach 2.5%. Based on our findings, we can: i) estimate the risk of a new outbreak before Autumn if we lift the quarantine; ii) may know the degree of immunization of the population in each region; and iii) forecast or simulate the effect of the policies to be introduced in the future based on the number of infected or recovered individuals in the population.

Download:

- [PDF](#)
- [Other formats](#)

CC BY

Current browse context:

q-bio.PE

[< prev](#) | [next >](#)

[new](#) | [recent](#) | [2004](#)

Change to browse by:

q-bio

[q-bio.QM](#)

[stat](#)

[stat.AP](#)

References & Citations

- [NASA ADS](#)
- [Google Scholar](#)
- [Semantic Scholar](#)

[Export citation](#)

Bookmark





La Voz de Galicia

SOCIEDAD | Exclusivo Suscriptores

¿Cuántos gallegos se han contagiado realmente por el coronavirus? Un modelo matemático identifica a menos del 2,5 % de la población

Investigadores de la Universidad de Santiago revelan que hasta el 20 % de los madrileños pudieron haber sido infectados por covid-19

“El número de infectados puede ser 17 veces mayor que los datos proporcionados



Un modelo matemático de investigadores de las universidades de Santiago de Compostela y Toulouse calcula que el porcentaje de infectados con coronavirus en Galicia podría ser entre el 1,2 y el 2,5 % de la población (entre 32.000 y 67.000 personas); en Madrid podría llegar hasta el 19,5 % (alrededor de 1.300.000 personas). En Castilla y León, País Vasco y Cataluña el porcentaje de contagiados podría estar entre el 6 y el 10 %.

Por **Alberto Quián** - 5 mayo, 2020

2

