

**CICLO JORNADAS OTRI 2025-26****TALLER REDES SOCIALES INSTITUCIONALES EN LA UMA:  
DIFUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN (ONLINE)**

**Objetivo:** Actividad formativa impartida por técnicos del Servicio de Comunicación de la UMA y que estará formada por dos bloques, uno dedicado a conocer las redes sociales como medio de comunicación y otro dirigido al proceso de comunicación desde un grupo de investigación.

**Destinatarios:** Personal Docente e Investigador.

**EDICIÓN PRESENCIAL:**

**Fecha:** 04-05/03/26

**Lugar:** Plataforma MS-Teams

**PROGRAMA día 1****Bloque 1. Las redes sociales como medio de comunicación**

| Hora          | Ponencia                                                                                                                                                                                            | Ponente                                                                                                                                                               |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10:00 – 14:00 | 1. Filosofía y posibilidades de X, Bluesky, Facebook, LinkedIn, Instagram, Threads, TikTok y YouTube para la divulgación de contenidos.                                                             | Guillermo Villalobos Aguilera<br>Responsable de Redes Sociales institucionales de la UMA<br><br>Marina Pérez Oncala<br>Responsable de Identidad Corporativa de la UMA |
|               | 2. Nociones básicas para comenzar la experiencia en redes sociales.                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                       |
|               | 3. Formatos de interés y usos para un mayor impacto.                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                       |
|               | 4. Buenas prácticas en redes sociales institucionales de la UMA: consejos, tiempos de publicación, la comunidad online y acciones a evitar.                                                         |                                                                                                                                                                       |
|               | 5. Ecosistema de marcas y comunicación institucional UMA en redes sociales: construcción de identidad visual, avatares, cabeceras y sistemas gráficos adaptativos (con herramientas digitales e IA) |                                                                                                                                                                       |
|               | 6. Qué y por qué publicar en cada red: segmentación y adaptación de los mensajes.                                                                                                                   |                                                                                                                                                                       |

Tel: 952 13 41 87 | [otri@uma.es](mailto:otri@uma.es) | C/Severo Ochoa, 4, Edificio Institutos Universitarios de Investigación, Málaga-TechPark, Málaga

## PROGRAMA día 2

### Bloque 2. La comunicación desde un grupo de investigación

| Hora          | Ponencia                                                                                                       | Ponente                                                                                                                                                                         |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10:00 – 14:00 | 1. ¿Por qué difundir la investigación a la sociedad? La ciencia como objeto de información.                    | Guillermo Villalobos Aguilera<br>Responsable de Redes Sociales institucionales de la UMA<br><br>María Guerrero Aguilar<br>Responsable de Difusión de la Investigación de la UMA |
|               | 2. ¿Obligados a divulgar? Beneficios para el personal investigador                                             |                                                                                                                                                                                 |
|               | 3. Las fuentes del periodismo científico: comunicación institucional de la ciencia                             |                                                                                                                                                                                 |
|               | 4. Técnicas de redacción en periodismo científico. Estrategias desarrolladas desde el Servicio de Comunicación |                                                                                                                                                                                 |
|               | 5. Cómo convertir los resultados de investigación en noticias que interesan. Salto internacional               |                                                                                                                                                                                 |
|               | 6. Buenas prácticas en la creación de contenidos científicos. Cómo trabajar con los medios de comunicación     |                                                                                                                                                                                 |
|               | 7. Dónde divulgar: estrategia para potenciar el impacto.                                                       |                                                                                                                                                                                 |

**Aforo máximo jornada:** 70 plazas

**Inscripciones en:** <https://eventos.otri.uma.es/>

El **plazo de inscripción** estará abierto desde la semana previa a la celebración de la jornada hasta el día previo a su celebración o, en su caso, hasta una vez completado el aforo.

**IMPORTANTE:** Para obtener certificado de asistencia será necesario identificarse con nombre y apellido al conectarse a la sesión y asistir, al menos, al 80% de la duración total de la actividad.

Tel: 952 13 41 87 | [otri@uma.es](mailto:otri@uma.es) | C/Severo Ochoa, 4, Edificio Institutos Universitarios de Investigación, Málaga-TechPark, Málaga