**Módulo**

Comunicación de investigaciones a través de las redes sociales

**Formato**

Presentación

**Propósito**

Esta presentación contribuye a alcanzar los objetivos del módulo de aprendizaje al explicar qué son las redes sociales y cuál es su utilidad para dar a conocer políticas e investigaciones. Brinda orientaciones sobre cómo empezar a trabajar de manera profesional en tres plataformas de redes sociales.

**REDES SOCIALES PARA FINES DE INVESTIGACION Y POLITICAS (SM1L)**

**Tiempo requerido**

* 1 hora

**Descripción de la Actividad**

Presentación de PowerPoint con notas del expositor. La presentación brinda una amplia cobertura en el ámbito de las redes sociales. Inicia con la definición e introducción al campo de las redes sociales e incluye una explicación del papel que juegan en dar a conocer investigaciones y políticas. La presentación ofrece información básica sobre tres redes sociales claves: Facebook, Twitter y LinkedIn. La sección final aborda mejores prácticas y etiqueta para la participación profesional en redes sociales, así como algunosconsejossobre cómo convertirse en usuario influyente en estas plataformas.

Según el grupo de participantes, es posible saltarse algunas secciones sobre el uso básico de las redes Facebook, Twitter y LinkedIn. El formato de la presentación brinda la facilidad de omitir una o más secciones según la preferencia de edición.

Hay varias preguntas de discusión contenidas en la presentación; como presentador, deberás alentar la participación activa de la audiencia y realizar preguntas periódicamente, como pedir ejemplos desde la perspectiva/experiencia del usuario.

En la actualidad, muchas personas están activas en las redes sociales, y muchos de los elementos de la presentación podrían parecerles muy básicos, sin embargo, muchos participantes adquirieron habilidad mediante el uso y no mediante una introducción formal a estas plataformas. Por eso puede ser muy útil hacer una breve introducción de los conceptos básicos. El hecho que una persona sea usuaria de una red social no significa que automáticamente cuente con las habilidades para la construcción de un perfil profesional que atraiga una amplia audiencia. Esta presentación se enfoca particularmente en esos elementos.

Muchos ejemplos citados provienen de las cuentas de redes sociales de **PRB**. Puede adaptar estos ejemplos a la organización / institución en la que labora en caso que tenga presencia en redes sociales.

**Concepto(s) clave(s) de aprendizaje:**

* Por qué las redes sociales son valiosas en la comunicación de investigaciones y políticas.
* Habilidades básicas de navegación en Facebook, Twitter, and LinkedIn.
* Mejores prácticas y etiqueta en redes sociales.
* Estrategias comunes para la generación de audiencia profesional en redes sociales.

**Materiales requeridos**

* Laptop y proyector.

**Ejercicios relacionados**

* Comunicación de Investigaciones a través de Redes Sociales (SM2E)
* Redes Sociales en la Práctica (SMS2D)

**Preparación requerida**

* Ninguna