



1. Nombre del postulante:

Nivaldo Calixto Ribeiro - Estudiante de Doctorado

Dalgiza Andrade Oliveira - Tutor

Institución: Programa de Postgrado en Gestión y Organización del Conocimiento de la Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Minas Gerais, Brasil (PPGGOC-UFMG)

2. Categoría en el que se desea inscribir la propuesta (seleccione solo una):

- **Ciencia Abierta:** se premiarán aquellas estrategias implementadas que promuevan la creación, transmisión y aprovechamiento del conocimiento científico y tecnológico, entre los distintos actores, para fomentar la colaboración, transparencia, inclusión, cooperación internacional, la visibilidad científica regional, la apropiación social del conocimiento y el impacto.

3. Título de la experiencia y/o proyecto innovador:

Canal de difusión científica: Ciência da Informação Express - CIExpress

4. Palabras clave (entre 4 y 6 palabras separadas por comas)

Bloguear ciencia, divulgación científica, ciencia abierta, visibilidad científica, sociedad.

5. Tiempo de implementación de la experiencia y/o proyecto innovador

9 meses

6. Resumen de la experiencia y/o proyecto innovador (máximo 200 palabras)

El canal de divulgación científica intitulado: Ciência da Informação Express - CIExpress se dedica a la lectura rápida por medio de difusión de artículos de opinión, comunicaciones, reseñas, resúmenes, comunicados de prensa, ensayos y otros sobre temas relacionados con Bibliotecología, Documentación, Archivística, Ciencias de la Información, Tecnología, Información y prácticas de ciencia abierta. El canal es un subproducto de una tesis doctoral y adopta estrategias innovadoras para difundir la ciencia, a través de la provisión de teasers en plataformas de redes sociales digitales, videos



y diseño interactivo y receptivo. Las notas de comunicación publicadas se dividen en tres categorías: Ciencias de la información; Bibliotecología y ciencia abierta. El canal se adhiere con consentimiento a los supuestos de la escuela pública de pensamiento de Ciencia Abierta, propuesto por Fechar y Friesike (2013; 2014), ya que busca acercar el conocimiento científico La comunidad en general, con un lenguaje más cercano al ciudadano no solo por los especialistas.

7. Descripción completa de la innovación y el proceso de implementación (Máximo 1000 palabras) - Como soporte teórico para el desarrollo del proyecto se consultó la revisión de la literatura de los autores Fechar y Friesike (2013; 2014) que propuso cinco escuelas de pensamiento que representan las diferentes y complementarias perspectivas de la Ciencia Abierta: democrática, pragmática, infraestructura, métricas y el público. Están lo último de interés en este relato de experiencia. Juntas, las cinco escuelas reflejan el entorno científico de la investigación abierta, accediendo a complementar lo expuesto en la Taxonomía de la Ciencia Abierta (PONTIKA et al. , 2015); en el despliegue de la Ciencia Abierta (RIBEIRO; OLIVEIRA, 2020); en los pilares de la Ciencia Abierta (ROLLO, 2016) y en el Ecosistema de la Ciencia Abierta (SILVA; SILVEIRA, 2019). Incluir y comunicar resultados de investigación y experimentos con un público en general, además de los considerados expertos, es uno de los supuestos de la escuela pública de pensamiento (CLOSE; FRIESIKE, 2013; ALBAGLI; CLINIO; RAYCHTOK, 2014; RIBEIRO; OLIVEIRA; SANTOS, 2021). Entre las herramientas y métodos para aplicar esta escuela son Ciencia Ciudadana, Relaciones Públicas en Ciencias, Blogs de Ciencias, entre otros. Los blogs de ciencia son páginas web escritas por un científico, un profesional de la ciencia, un escritor / periodista, con contenido que cubre predominantemente temas científicos utilizados en las aulas como herramienta de enseñanza para noticias oficiales y comunicados de prensa de sociedades, instituciones científicas, institutos, centros, universidades, editoriales empresas y otras organizaciones (ZIVKOVIC,



2012). Para Puschmann (2013), ellos científicos siempre eran ávidos comunicadores. Es evidente que, desde los cuadernos de Darwin hasta el acelerador de partículas y la energía más alta del mundo, el Gran Colisionador de Hadrones, llevar preguntas científicas complejas a colegas y legos ha estado en la cima de las agendas de los investigadores desde que existe la ciencia moderna. En el caso de este proyecto, el Ciência da Informação Express - CIExpress no es diferente, es un blog, considerado un canal de difusión, con una periodicidad continua. El canal está en pañales, implementando su estructura y cuenta con la colaboración de investigadores del área que estén interesados en publicar breves notas sobre sus investigaciones o noticias en el área, de manera rápida y objetiva. Los pasos de implementación de CIExpress fueron: 1. Diseño: aunque se consideró Open Journal Systems (OJS) para la gestión de CIExpress, se decidió adoptar Wix, una plataforma en línea para crear y editar sitios web, que permite a los usuarios desarrollar páginas web en HyperText Markup Language (HTML) y aplicaciones móviles sin necesidad de conocimientos previos de programación. Además, los recursos de interacción disponibles y su diseño se suman al dinamismo propuesto para el formato de edición de los contenidos disponibles en el canal. 2. Contenido: la propuesta inicial fue dividir el contenido en tres sesiones: la primera es la "Quédate ahí": destinado a la presentación de conceptos en construcción, artículos de opinión, comunicaciones, reseñas, resúmenes, notas de prensa, ensayos y otros en el contexto general del área y alcance; el segundo es "Personalidades": dirigido a la exposición biográfica o autobiográfica de autores, investigadores o autoridades con notorio conocimiento de las áreas de alcance del canal; el tercero es "Ciencia 1.1": tiene como objetivo brindar contenido en formato pitch, videos, podcasts o artículos en video sobre temas del área. En este caso, la recomendación es que los documentos tengan un mínimo de un minuto y un segundo y un máximo de tres minutos. El pitch debe ser una presentación resumida, conteniendo únicamente temas esenciales como el



resultado, proceso, producto o servicio del estudio de manera objetiva y diferenciada que despierte el interés del lector por una publicación en su totalidad, presentada verbalmente y / o ilustrada, que contiene pocos cambios en las diapositivas. El videoartículo se refiere a “ trabajos que, además del texto y ocasionales fotografías y gráficos, van acompañados de videos que muestran, en general, detalles de los procedimientos realizados en el estudio” (PIERRO, 2019, p. 1).

3. Políticas - en pocas palabras, este documento determina el enfoque y alcance del canal, la frecuencia; la inexistencia de cargos por tarifas de publicación de textos, la declaración de responsabilidad, la declaración de privacidad requerida por la ley brasileña para la protección de datos personales, el formato de presentación del texto, las pautas de presentación, la preservación digital, las recomendaciones para compartir en las redes sociales científicas y aclaraciones sobre la difusión en redes sociales digitales de contextos genéricos.

4. Equipo - conformado por colaboradores de diversas instituciones, además de un consejo editorial que tiene un rol asesor en temas de interés del canal, entre otras funciones estratégicas y técnicas.

5. Estructura de los textos: las notas de comunicación son de autores invitados o se reciben de forma orgánica y sistémica, mediante envío por correo electrónico o gestionadas por LimeSurvey. Deben contener los siguientes elementos: título, autor, correo electrónico e identificador persistente, el primer párrafo resumiendo el contenido, una imagen, sugerida por el autor o insertada por el canal, y todas las imágenes deben contener la fuente o ser seleccionadas de una base de datos de imágenes gratuitas, preferiblemente de acceso abierto, con licencias de uso asignadas CC-BY; el contenido del texto, las referencias utilizadas, cómo citar, datos biográficos del autor (es) y teaser, un video corto con una vista previa para llamar la atención sobre el texto, buscando ampliar el interés del público objetivo por la nota de comunicación publicada. Normalmente, CIEExpress prepara el teaser. La recomendación es que el texto esté escrito en un lenguaje más simplificado y cercano al tipo coloquial, sin perder su cientificidad, y que tenga entre cinco y



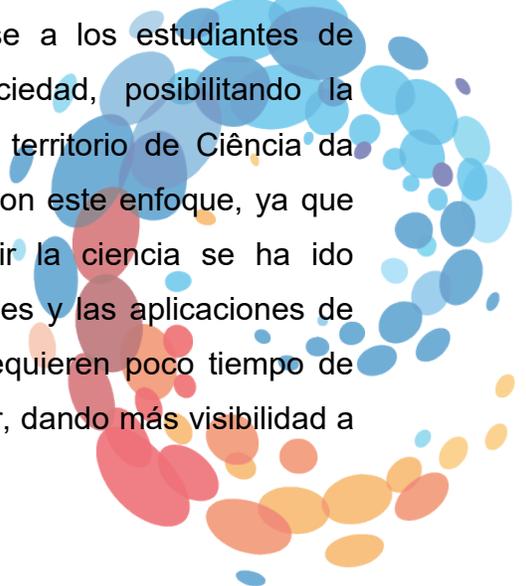
siete párrafos, pero esta no es una regla inflexible, sin embargo, no debe exceder los ocho mil caracteres. 6. Estrategia de comunicación - como forma de difusión, los teasers de las notas se ponen a disposición en los perfiles de las redes sociales digitales: Twitter, seleccionado porque hay más presencia de científicos; Facebook, por ser la plataforma más popular del país; Instagram, para ser una plataforma con alta visibilidad de videos e imágenes y un canal de Youtube, para preservar los teasers.

8. Principales resultados e impacto de la iniciativa. Incluya indicadores concretos, evidencia de aplicación en otros contextos, alianzas interareas o interinstitucionales, etc. (Máximo 600 palabras)

El CIExpress es un canal web colaborativo y con la colaboración de investigadores de varias instituciones, 30 autores hasta la fecha. Lanzado el 29 de octubre de 2020, el canal cuenta con un número internacional estandarizado para publicaciones seriadas, ha puesto a disposición dos volúmenes, ocho números y 30 notas de comunicación, con un récord de 320 visualizaciones para uno de ellos. Las publicaciones se categorizan en: Ciência da Informação, Bibliotecología y Ciencia Abierta. La intención es que sea publicado una nota a la semana.

9. ¿Por qué considera que su proyecto es relevante en la categoría seleccionada? (máximo 200 palabras)

El propósito de CIExpress es la difusión dinámica y rápida de conceptos, prácticas, teorías o críticas de estos campos para que el universo académico de las Ciencias de la Información pueda acercarse a los estudiantes de pregrado, de profesionales, investigadores y sociedad, posibilitando la creación de nuevos valores y significados sobre el territorio de Ciência da Informação. Se considera una iniciativa importante con este enfoque, ya que se entiende que la forma de comunicar y difundir la ciencia se ha ido remodelando. Ejemplos de esto son las redes sociales y las aplicaciones de comunicación instantánea. Las notas rápidas que requieren poco tiempo de lectura pueden despertar aún más el interés del lector, dando más visibilidad a





los resultados de la investigación y la innovación, generalmente disponibles en canales formales tradicionales, como artículos de revistas científicas, libros, tesis, entre otros.

10. Lecciones aprendidas (Máximo 400 palabras)

Aunque los impactos de la comunidad de blogs científicos siguen siendo inciertos, aún vale la pena considerar que merecen una atención especial (RIESCH; MENDEL, 2014). Es cierto que los artículos y revistas científicas van a durar mucho tiempo (WALDROP , 2008), sin embargo, se observa que, debido a la facilidad de colaboración y disponibilidad de contenidos en la web, pueden surgir o verse otras vías de difusión de la ciencia fortalecido, como es el caso de *Blogging Science*. Es innegable que la ciencia galopa rápidamente hacia una transformación del romper y garantizar que la información creíble llegue a la sociedad se convierte en una tarea fundamental, garantizando así la valorización de los canales tradicionales o no tradicionales de difusión científica.

11. Sitios web que evidencien el desarrollo de la experiencia y/o proyecto innovador

Se puede acceder al sitio web del canal de información Ciência da Informação Express a través del enlace: <https://www.cienciadainformacaoexpress.com/>

Perfiles del canal de difusión CIEExpress en redes sociales:

Instagram: <https://www.instagram.com/cienciadainformacaoexpress/>

Gorjeo: https://twitter.com/ci_express

Facebook: <https://www.facebook.com/cienciadainformacaoexpress>

Youtube: https://www.youtube.com/channel/UC839t_UxwgprfzltjxRrOsQ

