

## Mi revista en la red... twitter como medio de difusión



Por Blanca Arteaga-Martínez  
Universidad de Alcalá  
Coeditor Aula Magna 2.0

*Publicado el 29 de junio de 2018.*

El entorno de publicación de las revistas ha de tener en cuenta cada vez más factores que faciliten las “reglas de competición”. Las métricas científicas están cambiando de manera constante gracias a los formatos de difusión, por lo que nuestro objetivo no es únicamente investigar y publicar como lo fue en otra época no tan lejana, sino también la acción posterior que condiciona todo lo sucedido en pasado y en futuro: su **difusión**.

Pese a que parece que estamos hablando de algo innovador, casi una década atrás Torres-Salinas y Delgado-López-Cózar (2009, p. 534) ya nos describían un “momento de fragmentación de la comunicación científica” porque las formas de comunicar los resultados de la investigación estaban cambiando. Supongo que en aquel momento esta acomodación de la investigación a las redes sociales nos hacía ser optimistas al pensar que la difusión en redes iba a ser algo valorado en la carrera investigadora.

La Ley 14/2011 de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación recogía “el compromiso con la difusión universal del conocimiento, mediante el posicionamiento a favor de las políticas de acceso abierto a la información científica” (p. 54392), pero esta difusión únicamente se tiene en cuenta en nuestra carrera investigadora y, por tanto, profesional si somos capaces de transformarla en una publicación avalada por **un conjunto de citas**.

Por ello, el artículo de hoy va encaminado a mostrar modelos eficaces de difusión en una de las redes sociales, twitter. El planteamiento en esta ocasión no será desde el investigador individual sino desde la revista, de esta manera podremos dar a conocer resultados de investigación de manera global, lo que facilitará el aumento de citas de nuestra publicación. Partimos de que twitter es un espacio abierto que “puede mejorar los esfuerzos de los colegas hacia una futura colaboración en el trabajo” (Zhao y Rosson, 2009, p.10), por lo tanto puede ser una forma de darnos a conocer en un formato que no por tener una longitud determinada y no demasiado extensa es menos importante. Iniciamos señalando que twitter en sí misma

puede darnos **indicadores métricos**, como el número de veces que se ha compartido o el número de menciones, que puede resultar sencillo de observar. Desde programas como Maxqda podemos realizar análisis cualitativos por pequeñas franjas de tiempo, por ejemplo.

Encontramos ya distintas referencias de investigación donde se muestra “una buena correlación entre el número de veces que un artículo se menciona en Twitter y el número de citas futuras” (Taberner, 2018, p. 96). Pero centrándonos en las revistas, nos dirigimos a la investigación de Ortega (2017), cuando señala entre sus recomendaciones que “las revistas con su propia cuenta de Twitter obtienen más tweets (46 por ciento) y citas (34 por ciento) que las revistas sin cuenta de Twitter”.

Veamos algunos ejemplos desde revistas que tienen su propio perfil en twitter.

En la Figura 1 se recoge un tweet de la revista El Profesional de la Información, que nos muestra un monográfico a través de tres informaciones:

- Título
- Enlace
- Fotografía del índice

Como elemento de mejora, las palabras clave del monográfico podríamos haberlas colocado como **hashtag**: #indicadores y #libroelectrónico.



Figura 1. [https://twitter.com/revista\\_EPI](https://twitter.com/revista_EPI)

La revista Educación XX1, podría haber mejorado colocando una imagen que pudiese llamar la atención sobre el foco del artículo. La Figura 2, nos muestra cómo se incluye el título, **los autores** y el enlace.

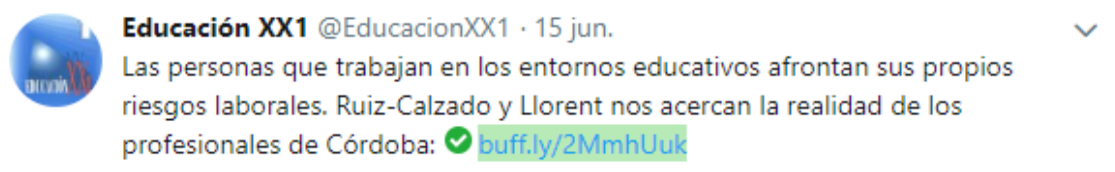


Figura 2. <https://twitter.com/EducacionXX1>

Algunos ejemplos que optan por una construcción específica para esta distribución puede ser la revista *Bordón*, que tiene unas fichas *ad hoc*. Podemos ver un ejemplo en la Figura 3, que muestran sobre la ficha la **citación completa** del artículo, y se incluye el título y el enlace; en este caso se ha incorporado además en forma de **hashtag una de las palabras clave** del título.

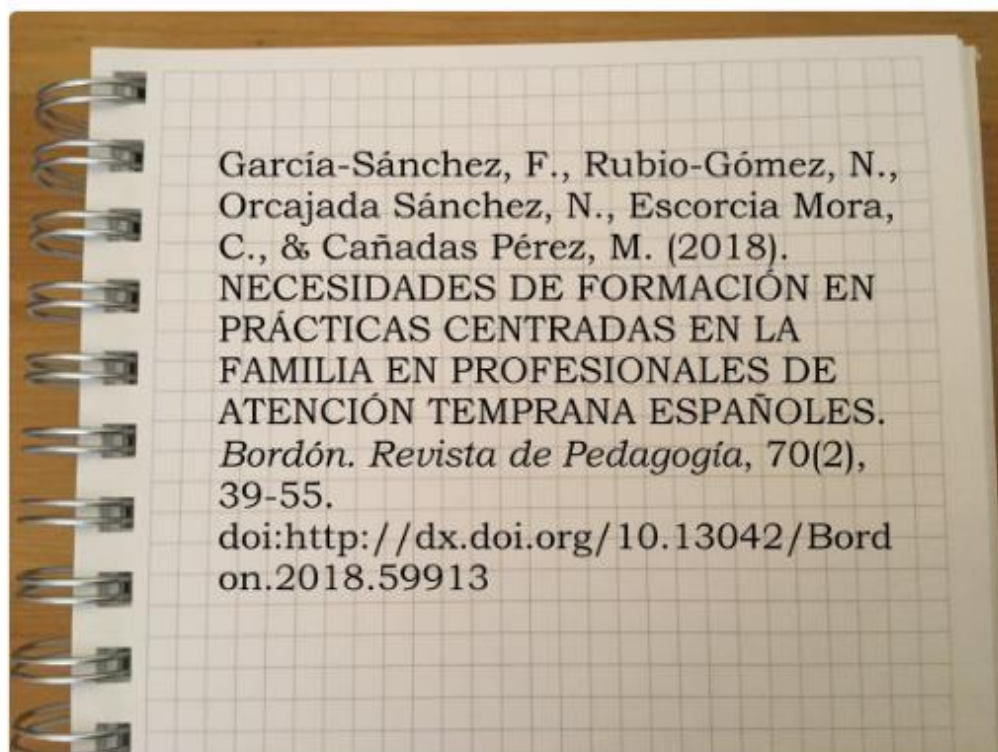
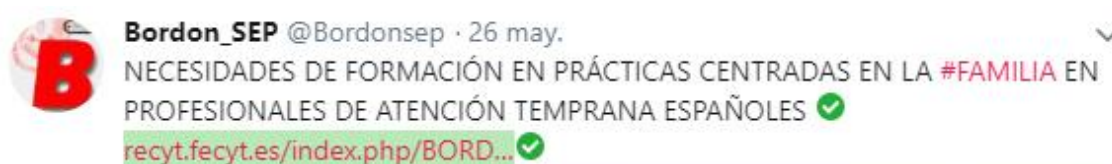


Figura 3. <https://twitter.com/Bordonsep>

La revista RELIEVE, que vemos en la Figura 4, muestra un tweet muy completo en cuanto a la información:

- Resúmenes en **dos idiomas**
- Títulos en dos idiomas
- Mención al **grupo de investigación** de las autoras, hecho que garantiza una distribución en dos vías

- Hashtag con las palabras clave
- Enlace doi

Como comprobamos la cantidad de información es muy rica, por la forma en que han sabido mostrar los datos más importantes desde un límite de caracteres.

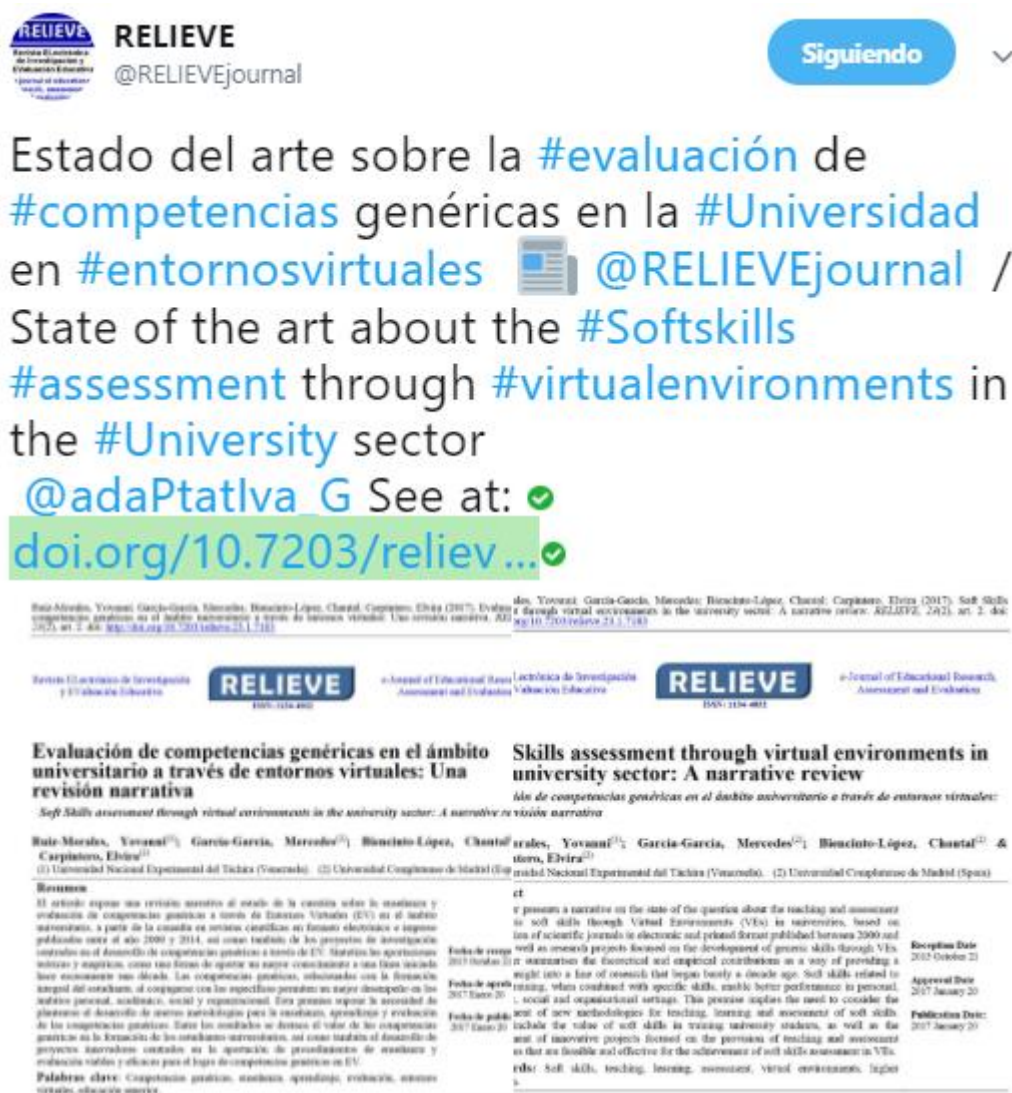



Figura 4. <https://twitter.com/RELIEVEjournal>

Y cerramos nuestro artículo con una mención a Aula Magna 2.0, y la difusión de los artículos de sus revistas, en este caso se utiliza una imagen de alta calidad, donde se etiqueta al resto de revistas del grupo, en el caso de una revista individual podríamos utilizarlo para **etiquetar a autores o grupos de investigación**, además enlaza a una entrada del blog donde se habla del artículo original con **un lenguaje más coloquial**, el título completo y la mención visible a la revista fuente.

 AulaMagna2.0 @AulaMagna2\_0 · 8 jun.  
El artículo de la semana nos presenta un paper de la Revista Complutense de Educación "Formación inicial docente en educación física a través del aprendizaje-servicio" [cuedespyd.hypotheses.org/3735](http://cuedespyd.hypotheses.org/3735) vía @hypothesesorg



REP, RIED, Revista, Revista de Investigación Educativa (RIE) y 5 más

Figura 5. [https://twitter.com/AulaMagna2\\_0](https://twitter.com/AulaMagna2_0)

Creemos que estas pequeñas recomendaciones pueden ayudar a mejorar la presencia en Twitter, un medio social que consideramos fundamental hoy día para diseminar la investigación y, por tanto, incrementar las citas de los artículos que publiquemos.

### Referencias bibliográficas:

- Ley 14/2011, de 1 de junio, de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación. *Boletín Oficial del Estado*, 131, 54387-54455. Recuperado de <https://www.boe.es/boe/dias/2011/06/02/pdfs/BOE-A-2011-9617.pdf>
- Ortega, J.L. (2017) La presencia de revistas académicas en Twitter y su relación con la difusión (tweets) y el impacto de la investigación (citas). *Aslib Journal of Information Management*, 69(6), 674-687.
- Taberner, R. (2018). Métricas alternativas: más allá del factor de impacto. *Actas Dermosifiliográficas*, 109(2), 95-97.
- Torres-Salinas, D. & Delgado-López-Cózar, E. (2009). Estrategia para mejorar la difusión de los resultados de investigación con la Web 2.0. *El profesional de la información*, 18 (5), 534-539.
- Zhao, D. & Rosson, M. B. (2009). How and why people Twitter: The role that micro-blogging plays in informal communication at work. In *Proceedings of the ACM 2009 International Conference on Supporting Group Work* (pp. 243-252). Sanibel Island, Florida, USA, ACM.

**Cómo citar esta entrada:**

Arteaga-Martínez, B. (2018). Mi revista en la red... twitter como medio de difusión. *Aula Magna 2.0*. [Blog]. Recuperado de: <http://cuedespyd.hypotheses.org/3799>