

Estrategia en medios sociales para revistas científicas

*X Conferencia Internacional sobre
Revistas Científicas CRECS*

Guadalajara, México, 22 de octubre de 2019

Javier Guallar

[@jguallar](https://twitter.com/jguallar)

Universitat de Barcelona, El profesional de la información

Marketing digital para revistas en medios sociales: esquema general



Marketing digital en medios sociales para revistas científicas

Marketing digital: aprovecha los medios digitales para contactar con los clientes o usuarios potenciales y establecer un canal de comunicación con ellos.

Hay diversas técnicas de marketing digital. Destacamos tres:

- Marketing de atracción (Inbound marketing)
- Marketing de contenidos (Content marketing)
- Curación de contenidos o curaduría de contenidos (Content curation)

Marketing de atracción

Técnicas dirigidas a incrementar el número de visitantes a un sitio web, un blog o un perfil en redes sociales, con el fin de que acaben convirtiéndose en suscriptores y, finalmente, en lectores o autores de la revista, incluso en prescriptores y en citas.

A diferencia de otras tácticas de marketing, se atrae al cliente sin presionarlo.

Marketing de contenidos

 **El Profesional de la Información**
4 de abril a las 7:20 · 

Papel socioeducativo de las bibliotecas públicas: nuevos perfiles profesionales para nuevos tiempos.
Un artículo de Sandra Sánchez-García y Santiago Cubero publicado en acceso abierto en El profesional de la información.
<http://recyt.fecyt.es/index.../article/view/epi.2016.mar.09>

Las bibliotecas deben trabajar para evitar que las circunstancias económicas y sociales SEAN UNA BARRERA que impida a algunos colectivos **acceder a la cultura,** a la **información** y a la **formación.**

 Sandra Sánchez García y Santiago Yubero

111 Me gusta 2 comentarios 169 veces compartido

Compartir contenido relevante con la audiencia para conseguir nuevos clientes o aumentar el volumen de negocio.

Es una parte del inbound marketing, una forma de atraer a los clientes.

Curación de contenidos

«Sistema llevado a cabo por un especialista (el *content curator*) consistente en la búsqueda, selección, caracterización y difusión continua del contenido más relevante de diversas fuentes de información en la web sobre un tema y ámbito específicos, ofreciendo un valor añadido y buscando una vinculación con la audiencia»
(Guallar y Leiva-Aguilera)



Plan de contenidos Social Media

Plantilla (Eva Sanagustín)

Plan de contenidos para medios sociales							
Fecha	Canal	Formato	Fuente	Descripción	Tema	Audiencia	Objetivo

Plan de contenidos Social Media

Estrategia

- Definir acciones y contenidos comunes y específicos para cada canal.
- Las acciones tienen que estar relacionadas con los objetivos.
- Definir acciones permanentes y puntuales.
- Guía de estilo para cada medio social.
- Calendario de contenidos.

Plan de contenidos Social Media

Objetivo

Es el punto de partida a nivel global de estrategia de contenidos de la marca y para cada publicación:

Qué se espera conseguir con las publicaciones en redes sociales

Ejemplos:

Visibilidad de la propia marca (objetivo inicial para las marcas que empiezan, y suele ser previo a otros)

Aumentar comunidad de usuarios

Fidelización (conseguir que el usuario sea “fan” nuestro, que vuelva)

Engagement (fuerte conexión emocional con los usuarios)

Plan de contenidos Social Media

Objetivos SMART

- Específicos (**Specific**): ¿qué quieres concretamente?
- Medibles (**Measurable**): ¿cuánto o cómo lo cuantificarás?
- Alcanzables (**Attainable**): ¿cómo lo harás?
- Realistas (**Realistic**): ¿con qué recursos lo quieres lograr?
- Acotados en el tiempo (**Timely**): ¿cuándo o en cuánto tiempo?

Ejemplos:

-aumentar un 5% las visitas de mi blog este mes

-aumentar mis seguidores en Twitter un 10% este mes...

Plan de contenidos Social Media

Audiencia (público)

¿A quién diriges tus publicaciones o quién quieres que las lea/vea?

Identificar quiénes son los usuarios que quieres que:

- te recomienden a sus contactos,
- interactúen con tus contenidos,
- te sigan en redes sociales, etc.

Todos no tienen por qué ser los mismos tipos de audiencia
(puedes tener una **audiencia variada**)

Plan de contenidos Social Media

Audiencia (público)

Tres grandes tipos de audiencia:

- **Desconocidos:** personas que no nos conocen todavía, a las que queremos llamar la atención porque no saben cuál es nuestra marca.
- **Cientes o usuarios potenciales:** seguidores de nuestros perfiles sociales o lectores de nuestro blog con los que no hemos interactuado antes. No sabemos mucho de ellos.
- **Cientes o usuarios:** nos conocen bien; recomiendan nuestros productos, son fans, interactúan con nosotros, hablan de nosotros, participan en actividades que proponemos...

Plan de contenidos Social Media

Tema

¿Qué tipos de mensajes queremos transmitir?

¿Cómo?: estilo, tono?

Informativo, técnico-profesional, humorístico, de entretenimiento...

Investigación (documentación) acerca de:

- Densidad de contenidos del tema,
- Competencia
- Interés de la audiencia

Plan de contenidos Social Media

Fuente

- **Creación** (creación de contenido **propio**)
- **Curación** (selección de contenido **propio o ajeno**)
- **Reciclaje** (reaprovechamiento de **contenido publicado previamente**)

Plan de contenidos Social Media

Formato

- Texto
- Imagen
- Video
- Multimedia, mashup (mezcla)

Plan de contenidos Social Media

Canal

- **Blog**
- **Redes sociales clásicas** (Twitter, Facebook, LinkedIn...)
- Redes sociales de **imagen** (Instagram, Pinterest...)
- Redes sociales de **video** (Youtube...)
 - Actual hibridación de servicios en las redes sociales (Facebook Live, Instagram stories...)
- **Seleccionar** los canales de publicación en función de nuestro público y ámbito
- **Número** de canales: Es preferible mantener pocos canales con alta calidad y rendimiento que muchos a medio gas

Plan de contenidos Social Media

Fecha de publicación

- Si el plan es la declaración de intenciones inicial, no es necesario una fecha concreta, sino la **frecuencia** deseada de actualización de ese canal.
- Si el plan ya está en marcha: **fecha real** de la publicación.

Plan de contenidos Social Media

Periodicidad

A nivel general, las periodicidades más habituales en medios sociales:

- **Blog** (semanal, mensual, irregular...)
- **Twitter** (varias veces día, diaria, 3-4 veces semana...)
- **Facebook** (diaria, varias veces semana, irregular...)
- **Instagram** (**publicaciones**: varias veces semana, irregular...; **stories**: diaria, varias veces semana...)

A nivel particular de una revista:

- Periodicidad de la **publicación de la revista** (bimestral, semestral, publicación continua...)
- **Eventos y actividades** relacionadas con la revista

Medir los resultados

Elaborar una batería de indicadores para medir los resultados de nuestras publicaciones en medios sociales.

Ejemplos:

- **Seguimiento:** número de seguidores en nuestros perfiles.
- **Publicación:** número de publicaciones.
- **Alcance:** número real de personas a las que han llegado nuestras publicaciones.
- **Interacción:** me gusta, comentarios y compartidos.
- **Tráfico web:** visitas al sitio web que llegan desde redes sociales.
- **Conversión:** seguidores que se convierten en usuarios de nuestros servicios

Estudio de caso: La revista El profesional de la información (EPI) en los medios sociales

Blog:

-difundir e informar

Facebook, Twitter, Instagram:

-difundir, informar, crear comunidad e interactuar

Blog

Abril 2007 -> Nace primero con el nombre **Zona de notas**, después pasa a llamarse simplemente **EPI Blog**. Fue en su momento el primer blog de una publicación científica de biblioteconomía y documentación (y quizás de ciencias sociales) en España.

El blog es el **medio social más versátil**: permite hacer todo tipo de contenidos

La **interacción con la audiencia a la baja** con la aparición de las redes sociales: los usuarios no suelen hacer comentarios en el blog.

Todos **los posts se distribuyen en redes sociales** de EPI; priorizando Facebook y Twitter.

Periodicidad: regular -vinculada a la publicación de cada número (*call for papers*, posts sobre artículos de EPI) – e irregular (actividades, temas varios)

Blog

Ejemplos posts: Calls for papers

<http://www.elfprofesionalde lainformacion.com/notas/llamada-articulos-informacion-y-comunicacion-biomedica-revista-el-profesional-de-la-informacion-epi/>

Llamada artículos “Información y comunicación biomédica” – Revista *El profesional de la información (EPI)*

Posted on [marzo 19, 2018](#) by [admin](#)

Hemos empezado a planificar el v. 27, n. 6 (noviembre-diciembre de 2018) de la revista *El profesional de la información* sobre:

Información y comunicación biomédica



La información sobre salud, medicina e investigación biomédica ocupa un lugar relevante en los medios de comunicación, internet y las redes sociales. Médicos, investigadores, autoridades sanitarias, comunicadores y periodistas, entre otros productores e intermediarios, difunden constantemente información médica para un público que precisa tomar decisiones sobre su salud. Cada año se publica más de un millón de artículos científicos sobre biomedicina y sus resultados entran en un escenario informativo saturado de mensajes de salud, en el que convive la información rigurosa con las medias verdades y los mensajes falsos.

Este número monográfico está abierto a estudios y análisis relacionados con la información biomédica y sus productores, intermediarios y destinatarios, sobre temas y aspectos tan diversos como:

- Periodismo biomédico y medios de comunicación
- Análisis de mensajes de salud y su influencia en el público

Blog

Ejemplos publicaciones: Posts sobre artículos publicados recientemente

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/notas/marca-personal-para-periodistas-tres-casos-de-exito/>

Marca personal para periodistas: tres casos de éxito

Posted on [abril 10, 2018](#) by [admin](#)

Blog y Twitter son la pareja perfecta para los profesionales de la comunicación que quieren formarse una marca personal. Si el blog es el medio idóneo para la publicación de contenidos, Twitter es su mejor aliado para la difusión. Facebook sigue siendo una amistad de conveniencia por su capacidad para atraer tráfico a los sitios web, pero queda relegado a un segundo plano debido al carácter más personal de las relaciones en este medio.

Ignacio Escolar, creador de [Escolar.net](#), **Mikel López Iturriaga**, célebre por su blog [El comidista](#), y **José Antonio Pérez**, autor del blog [Mi mesa cojea](#), coinciden en que su blog y su perfil en Twitter han impulsado sus carreras profesionales y sido determinantes en su fichaje por grandes medios de comunicación. Y es que para los periodistas estos dos medios están sustituyendo al currículum en los procesos de contratación por parte de los medios digitales, ya que permiten demostrar lo que uno sabe hacer.



Escolar.net
[@iescolar](#)



elcomidista.com
[@mikELITURRIAGA](#)



mimesacojea.com
[@mimesacojea](#)

• Buscar:

Buscar

• Archivos

- [abril 2018](#)
- [marzo 2018](#)
- [febrero 2018](#)
- [enero 2018](#)
- [diciembre 2017](#)
- [noviembre 2017](#)
- [octubre 2017](#)
- [septiembre 2017](#)
- [agosto 2017](#)
- [julio 2017](#)
- [junio 2017](#)
- [mayo 2017](#)
- [abril 2017](#)
- [marzo 2017](#)
- [enero 2017](#)
- [diciembre 2016](#)
- [noviembre 2016](#)
- [agosto 2016](#)
- [julio 2016](#)
- [junio 2016](#)
- [marzo 2016](#)
- [febrero 2016](#)
- [enero 2016](#)
- [diciembre 2015](#)
- [octubre 2015](#)
- [septiembre 2015](#)
- [agosto 2015](#)
- [julio 2015](#)
- [junio 2015](#)
- [mayo 2015](#)
- [abril 2015](#)

Blog

Ejemplos publicaciones: Posts sobre actividades relacionadas con temas de EPI

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/notas/conferencia-de-felix-de-moya-en-barcelona/>

Conferencia de Félix De-Moya en Barcelona

Posted on [septiembre 29, 2017](#) by [admin](#)

El pasado jueves 28 de septiembre, como parte del *II Seminario de Edición Científica* de la *Universitat Oberta de Catalunya (UOC)*, organizado desde la Biblioteca de la UOC, tuvo lugar en el edificio de Av. Tibidabo 39 una conferencia abierta impartida por **Félix De-Moya-Anegón** sobre “El peso de las revistas españolas en la producción e impacto de la investigación”.

<http://symposium.uoc.edu/12787/detail/conferencia-andquot;el-peso-de-las-revistas-espanolas-en-la-produccion-e-impacto-de-la-investigacio.html>



[Félix De-Moya-Anegón](#), fundador y director del *SCImago Research Group*

De-Moya explicó las características principales del *SCImago Institutions Rankings (SIR)*, <http://www.scimagoir.com> con los indicadores ponderados que se tienen en cuenta para evaluar las instituciones, y mostró comparativas de la producción científica de las universidades catalanas (*UOC, UB, UAB...*) así como de otras universidades que tienen toda o una gran parte de su enseñanza online, como la *UNED*, la *Open University* del Reino Unido y la *UNIR*.

Facebook

Octubre 2008 -> Se abre perfil en Facebook, que pasa a formato Página (Page) en 2009.

Ventajas: Permite una alta **diversidad de contenidos y formatos** en la publicación (entre las redes sociales, es la que tiene mayores opciones).

Inconvenientes: penalización en los **cambios de algoritmo** en la presentación de las publicaciones; orientación de FB al tráfico de pago.

Comunidad de seguidores importante (**7733** ; Comunicar tiene 9002) , que llega a las novedades de cada número vía Facebook: alcances posts **>1000** visitas (personas alcanzadas); post sobre nuevo numero: **>3000**

Interacciones: Buen comportamiento en Me gusta, Compartir, pero pocos comentarios, **poca conversación**

Facebook



El Profesional de la Información

Publicado por Natalia Arroyo [?] · 5 de abril a las 20:33 · 🌐

👍 Me gusta esta página ...

Nuevo número de El profesional de la información, monográfico sobre indicadores <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/issue/view/3280/showToc>

El profesional de la información
The information professional
INTERNATIONAL JOURNAL ON INFORMATION AND COMMUNICATION

eISSN 1699-2407
CODEN: PINFF2

EPI

2018, marzo-abril
v. 27, n. 2, pp. 227-456

Observatorio
Los mil y un reflejos de las publicaciones en el laberinto de espejos de las nuevas métricas
Juan García

Alternative approaches to the qualitative assessment of academic research
Henk J. Meel

Artículos

Las JCR (edición SC) con y sin subcategorías de revista
Juan Miguel Campaño

Problemática universalización de los indicadores de evaluación científica
Teresa Pizarro-Otero

Indicadores de evaluación de los servicios informáticos de la red de bibliotecas públicas
E. Campos-Freres, X. Somoza-Perez y M. Rodríguez-Castro

Secada-Rest, herramienta online para analizar y evaluar bibliotecas
P. López, S. Álvarez, M.A. Martínez y F. Herrera

A proposal to measure the professionalism of electoral campaigns
R.J. Rodríguez-Lobato, S. Rodríguez-Díaz y A. Rodríguez

Publicación de monografías en acceso abierto por editoriales universitarias españolas
Ernest Abate, Candela Oña y Silvia Redondo

Fermentes multimedios emergentes para MOOCs
María Rojas, Benito Prieto-Martínez y Miguel Bana

Construcción comunicativa del reportaje infográfico online
Jaques López-del-Río y Manuel Martín-Vicente

Tratamiento informativo de las espensas y oniras (WAGs) de los deportistas en la prensa digital deportiva española
Ana M. Muñoz-Molina y Juan Carlos Fernández

Privacy calculus: Factors that influence the perception of benefit
J.L. Gómez-Serrano, C. Frajas and J.J. Martínez-Martínez

Blogs y Twitter, la combinación perfecta del comunicador digital
I. Marzán, M.J. Castellanos y C. Álvarez

Resultados de la innovación en los laboratorios de medios
José-Alberto García-Avilés

Análisis

Consideraciones metodológicas sobre uso del impacto normalizado en monografías
Sandra Gilbes y María de Monte

06:35 AM • PREPARING TO CHECK DATA

Rendimiento de tu publicación

3.543 Personas alcanzadas

127 Me gusta, comentarios y veces que se compartió ⓘ

88 Me gusta	33 En publicación	55 En contenido compartido
-----------------------	-----------------------------	--------------------------------------

1 Comentarios	0 En publicación	1 En contenido compartido
-------------------------	----------------------------	-------------------------------------

38 Veces que se compartió	38 En publicación	0 En contenido compartido
-------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------

327 Clics en publicaciones

119 Visualizaciones de fotos	86 Clics en el enlace	122 Clics de otro tipo ⓘ
--	---------------------------------	------------------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Reportar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones.

Twitter

Octubre 2009 -> Se abre perfil en Twitter. 10 años en Twitter

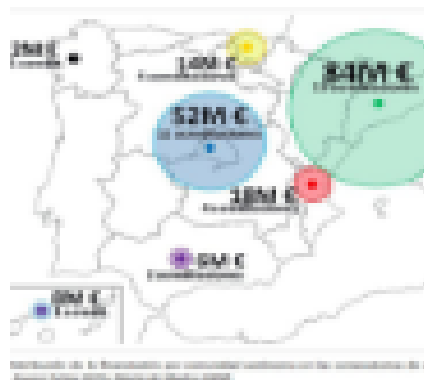
Ventajas: Facilidad y agilidad en la publicación.

Inconvenientes: menos flexibilidad de formatos y contenidos que Facebook; mayor volatilidad que otras redes.

Comunidad de seguidores muy importante: **9.678** (a 20 octubre 2019); Comunicar: 6727; Latina: 2763; BiD: 2351
+34 en el último mes , crecimiento 1,13 por día

Interacciones: Buen comportamiento en **compartir y más conversación que en Facebook**

Twitter



Revista EPI @revista_EPI

Consideraciones metodológicas sobre uso del impacto normalizado en convocatorias Severo Ochoa y María de Maetzu. Un artículo de @torressalinas, @nrobinsongarcia, Enrique Herrera-Viedma y Evaristo Jiménez-Contreras <https://doi.org/10.3145/epi.2018.mar.15> ... <pic.twitter.com/UAVbHhn6hC>

Impresiones	1.545
Interacciones totales	43
Interacciones con el contenido multimedia	12
Clics en el enlace	12
Retweets	8
Me gusta	5
Clics en el perfil	4
Abrir el detalle	2

Instagram y otras redes sociales

Entre 2009 y 2019 EPI ha abierto perfiles en varias redes sociales: **LinkedIn, Flickr, Pinterest, Scoop.it, Storify.**

Poco recorrido y continuidad:

- Storify ha cerrado;
- Scoop.it está poco implantada;
- Flickr y Pinterest se han usado como repositorios digitales sin interacción;
- en LinkedIn EPI tiene una presencia de perfil profesional con pocas publicaciones

Abril 2018-> Se abre perfil en **Instagram.**

La red social emergente: se está empezando a explorar su uso con más contenidos de imágenes sobre **equipo, actividades y comunidad** (ejemplo: CRECS) y con el nuevo formato de las stories

Instagram



14 publicaciones

96 seguidores

106 seguidos

Revista EPI El profesional de la información (EPI). Revista científica internacional de información documentación comunicación. #revistaepi @t.baiget @jguallar www.elprofesionaldelainformacion.com

PUBLICACIONES

GUARDADAS



Twitter para una revista científica: tips a partir del caso de EPI

-El perfil

-Contenidos

-Comunidad

-Métricas

-Cómo tuitear

Twitter para una revista científica: tips a partir del caso de EPI

-El perfil

-Contenidos

-Comunidad

-Métricas

-Cómo tuitear

Twitter. Previa

Inicio de cuenta

Paso 1. Completar a fondo el Perfil

Paso 2. Primeros tweets (10 aprox. mínimo)

Paso 3. Seguir cuentas afines por tema o intereses comunes

(No iniciar un paso antes de finalizar el anterior)

El perfil: información e imagen

-Información sobre el perfil

- descripción clara y precisa
- link al sitio web de la revista
- menciones (@)
- hashtags (#)

-Imagen de perfil y de fondo:

- imagen de perfil identificativa
- imagen de fondo alineada con la marca/perfil

-Homogeneidad con los perfiles en otras redes sociales

El perfil: imagen



El profesional de la información

Factor de impacto JCR 2017: 1,318

Scopus/SCImago Journal Rank 2017: 0,652



Tweets	Siguiendo	Seguidores	Me gusta	Listas	Momentos
4.660	791	9.481	2.949	9	0

Editar perfil

https://twitter.com/revista_EPI

El perfil: información

Revista EPI

@revista_EPI

Revista internacional de Información y Comunicación indexada por WoS (JCR, Q2), Scopus (SJR, Q1) y otras bases de datos **#journal #communication #LIS**

 Barcelona

 elprofesionaldelainformacion.com

 Se unió en marzo de 2009

https://twitter.com/revista_EPI

Twitter para una revista científica: tips a partir del caso de EPI

-El perfil

-Contenidos

-Comunidad

-Métricas

-Cómo tuitear

Contenidos

Tipos de contenidos en el Twitter de EPI

- 1. **Difusión de publicaciones**
 - 1 a. Nuevo **número** de la revista
 - 1 b. Nuevo **artículo**
 - 1 c. Nuevo **libro**
- 2. ***Call for papers*** números siguientes
- 3. **Actividades** o informaciones diversas relacionadas con EPI
- 4. Noticias o informaciones del **sector**
- 5. **Conversación** con la comunidad

1. Difusión de publicaciones

- Difusión de publicaciones: nuevo número

EPI Revista EPI @revista_EPI · 42 s

Ya puedes consultar completo EPI 28,2 (Información y comunicación biomédica). Desde este año publicamos de modo continuo y hemos subido los artículos individualmente a medida que están terminados. Hemos acabado el número con 25 artículos y aquí lo tienes ¡Disfrútalo!



El profesional de la información
The information professional
INTERNATIONAL JOURNAL ON INFORMATION AND COMMUNICATION

eISSN 1699-2407
CODEN: PINFF2

EPI

ISSN: 1699-2407
2019, v. 28, n. 2

Observatory / Observatorio
Roles y perspectivas en el ecosistema de la información biomédica
Gonzalo Ochoa

Review articles / Artículos de revisión
Active audiences and social discussion on the digital public sphere
Pura Masip, Carlos Roldán-Caballero, Jaume Tàrras

Research articles / Artículos de investigación
Specialty authors. Analysis of health journalists' coverage about vaccines
Gonzalo Ochoa, María-Carmen Carreras, Carmen Fernández-Suñer

An analysis of pre-vaccine and anti-vaccine information on social networks and the Internet: social and emotional patterns
C. Corral-Cabrera, C. Martínez-Martínez, J. L. Roldán-González

Dr. Google, what can you tell me about homophobia?
Elena García-Lera

Ética en la publicación científica biomédica
E. Martín-Cuevas, J. A. Sánchez-García, R. Argente-Juárez

The narratives of fertility clinic's websites in Spain
L. Rodríguez, D. Aranda, A. Martínez-Martínez

Do online support groups influence the well-being of patients with diabetes?
N. Álvarez, E. Nájera-Montero, E. Guerrero-Sola

Additive manufacturing technologies for biomedical engineering applications
E. Zarzuelo-Rodrigo, L. Álvarez, R. M. Díaz, G. García-García

Análisis de la comunicación en el paciente crítico hospitalizado
C. Marco-Francia, J. Frigola-Rodrigo, M. Cordero-Puig

Información de salud: fuentes periodísticas y desafíos profesionales
M. Casanueva, M. Romero, L. Rodríguez, C. Jorcano

Salud y redes sociales
Elena García-Lera

Estado longitudinal sobre el tratamiento de la homofobia en la prensa digital española (2012-2016)
Victoria Roger-Muñoz, Marian María Sánchez

La salud en el debate online
Cristina González-Pérez, Ana Victoria Peris-Rodríguez

Testimonios en la publicidad radiofónica de productos relacionados con la salud en España y su regulación (2009-2016)
Salvador Perello-Olivé, Clara María Molin, María-Victoria Campos-Zabala

Supresión de anuncios de contactos sexuales
Fernando-Maria Martínez-Vallvey, Andrés Millado-Segado

Diseño participativo de un plan de social media en salud a través de metodología cualitativa
M. López-Oblitas, G. Pérez-Corral, G. Gómez-Omeñíguez, A. David-Dañet

Reputación y comunicación científica: investigadores en el inicio de su carrera
Blanca Rodríguez-Bravo, David Nicholas

Regions, innovation systems, and the North-South divide in Italy
Loel Leydsdorff, Nasa Garcia

11:26 AM • SEARCHING IN MESH DATABASE

1. Difusión de publicaciones

- Difusión de publicaciones: nuevo artículo



Revista EPI @revista_EPI · 3 abr.

Paradoja de la privacidad en el entorno móvil: influencia de las emociones. Un artículo de Francisco-José Sarabia-Sánchez, @juanchoaguado e Inmaculada J. Martínez-
Martínez doi.org/10.3145/epi.20...

Paradoja de la privacidad en el entorno móvil: influencia de las emociones

Privacy paradox in mobile environments:
The influence of the emotions

Francisco-José Sarabia-Sánchez; Juan-Miguel Aguado; Inmaculada J. Martínez-
Martínez

El profesional de la
información



La paradoja de la privacidad expresa la contradicción existente en el hecho de que los usuarios valoran mucho su privacidad pero al mismo tiempo están dispuestos a cederla a cambio de recompensas pequeñas



1. Difusión de publicaciones

- Difusión de publicaciones: nuevo libro



Javier Guallar @jguallar · 9 jul. 2018

Gamificación en bibliotecas de @aordas es el último libro @revista_EPI @EditorialUOC



1



9



18



2. Call for papers



Revista EPI
@revista_EPI



Buscamos artículos sobre Edición y difusión del libro, ¿nos envías tu propuesta?

[elprofesionaldelainformacion.com/notas/llamada- ...](http://elprofesionaldelainformacion.com/notas/llamada-...)

Buscamos artículos sobre

EDICIÓN Y
DIFUSIÓN DEL LIBRO

8:49 - 20 mar. 2015

7 Retweets 3 Me gusta



3. Informaciones relacionadas con EPI



Revista EPI @revista_EPI · 2 may.

Talleres en la 9ª Conferencia internacional sobre revistas de Ciencias Sociales y Humanidades #CRECS19:

- 👉 Medios sociales para revistas académicas
- 👉 Otras bases de datos bibliométricas
- 👉 Gráficos en la edición electrónica
- 👉 Migrar de OJS2 a OJS3

elprofesionaldelainformacion.com/notas/talleres...



🗨️ 7 ❤️ 10 📄

https://twitter.com/revista_EPI/status/1123851868403146752

3. Informaciones relacionadas con EPI

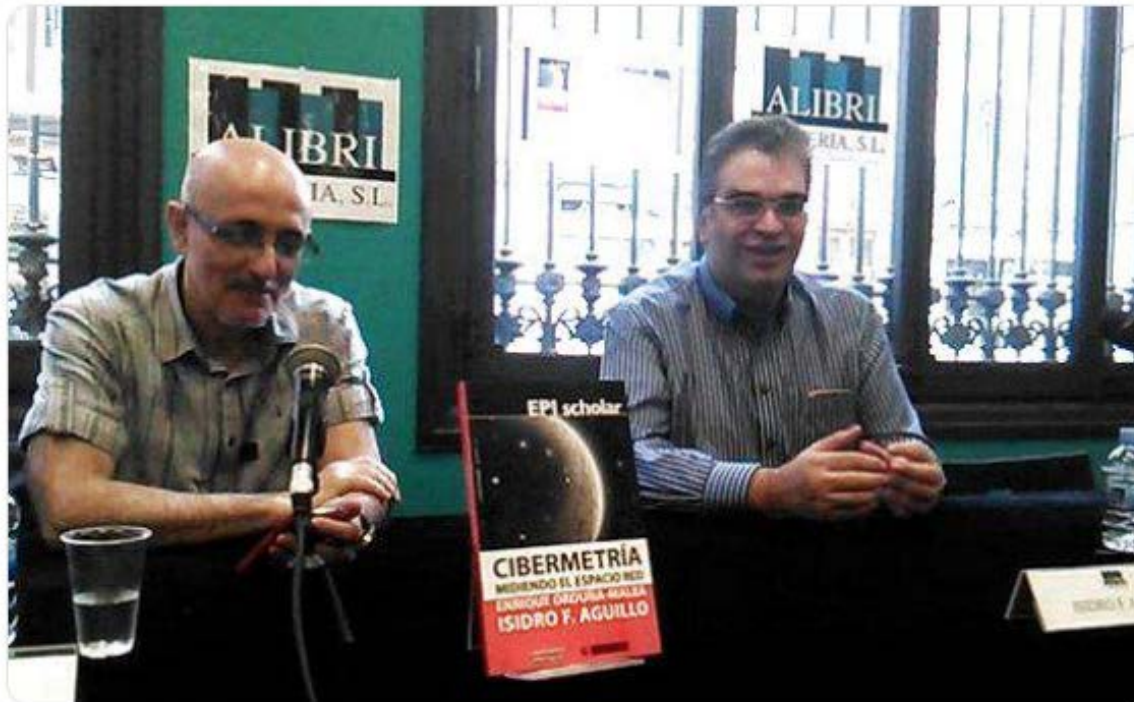


Revista EPI

@revista_EPI



Crónica de la presentación libro «Cibernetría. Midiendo el espacio red», con [@isidroaguillo](https://www.elprofesionaldelainformacion.com/notas/presenta...) [elprofesionaldelainformacion.com/notas/presenta ...](https://www.elprofesionaldelainformacion.com/notas/presenta...)



12:46 - 27 may. 2015

7 Retweets 2 Me gusta



https://twitter.com/revista_EPI/status/603512687558012928

3. Informaciones relacionadas con EPI



Revista EPI @revista_EPI · 12 mar.



Ya conocemos a los cinco finalistas del Premio SCImago - El profesional de la información al mejor artículo en la categoría de Información y Documentación crecs.info/premio-idoc/

Premio SCImago – El profesional de la información al mejor artículo en Información y Documentación (4ª edición)



1



5



11



Mostrar este hilo

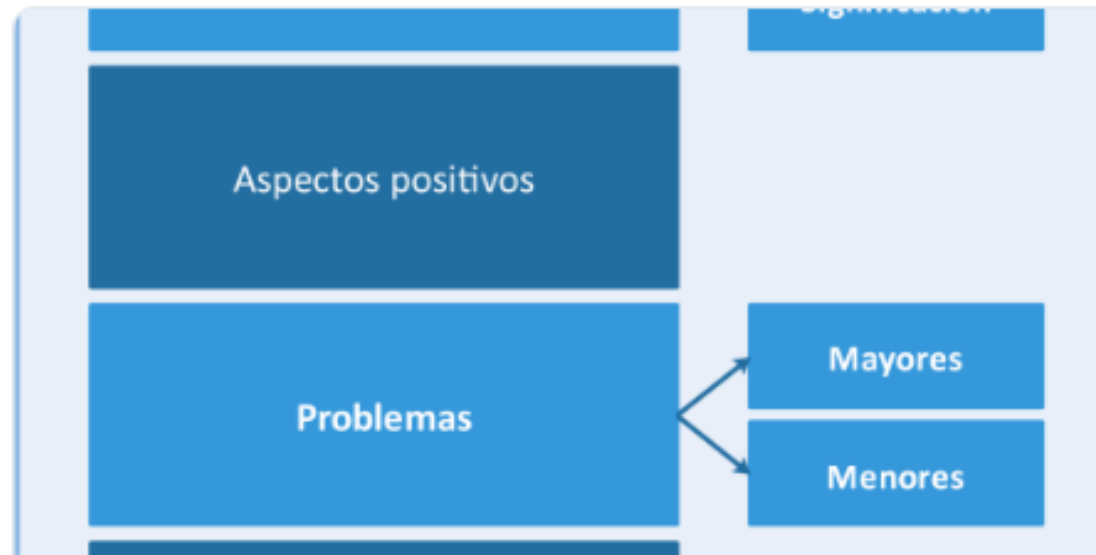
4. Noticias o informaciones del sector



Revista EPI
@revista_EPI



Cómo redactar un informe de peer review: lo que las editoriales esperan y los autores deben saber. Por [@lcodina](#)



Peer review: cómo escribir el informe de revisión de un artículo científico
Guía sobre el peer review y cómo llevar a cabo la revisión de artículos científico-académicos de manera eficaz. Fases, estructura y consejos.
luiscodina.com

10:33 - 30 ene. 2019

21 Retweets 25 Me gusta



5. Conversación con la comunidad



Daniel Montero @YvanDanMoGia · 18 ene.

Si entiendo bien, ¿puedo enviar un artículo en cualquier momento y de ser aprobado será publicado en ese momento? Saludos y gracias por la respuesta.



1



Revista EPI

@revista_EPI

En respuesta a @YvanDanMoGia

No es exactamente así: se publica antes de tener el número completo, pero no estrictamente en el mismo momento de ser aprobado, ya que después pasa por el proceso de revisión por parte de la redacción.

20:05 - 21 ene. 2019



1



Twitter para una revista científica: tips a partir del caso de EPI

-El perfil

-Contenidos

-Comunidad

-Métricas

-Cómo tuitear

La comunidad : Following y Followers

- 1- Seguir otros Perfiles relacionados con los temas de interés
- 2- Seguir y crear Listas
- 3- Hacer crecer la comunidad de Seguidores

El profesional de la información

Factor de impacto JCR 2017: 1,318

Scopus/SCImago Journal Rank 2017: 0,652



EPI

Tweets
4.663

Siguiendo
791

Seguidores
9.482

Me gusta
2.951

Listas
9

Momentos
0

Editar perfil

La comunidad: Tips

- 1- Inicio: Elegir **entre 50 y 100 perfiles** para seguir inicialmente.
- 2- Tip general: Buscar perfiles con **intereses o temáticas similares** a las propias. Tip para revistas: perfiles de **otras revistas** y de **autores** y personas relacionadas
- 3- Priorizar **perfiles activos** en compartir información y en conversar.
- 4- Seleccionar algunos perfiles y **estudiar a quien siguen**: Seguir a algunos de ellos.
- 5- Revisar los perfiles de nuestros **nuevos seguidores** (followers) antes de seguirlos (following).
- 6- Usar **listas**: Seguir y crear. Recomendación: lista de autores de la revista

La comunidad en las redes sociales: Los autores difunden sus artículos

<https://twitter.com/luismipedrero/status/929979198411804672>



Luis Miguel Pedrero
@luismipedrero

Seguir

¿Qué estrategias y modelos han definido las #radios generalistas españolas en sus notificaciones informativas a través de #apps? Artículo de @susanaherrera y @luismipedrero en @revista_EPI

bit.ly/EPIRadioPush [[@cope_es](#), [@La_SER](#), [@OndaCero_es](#), [@rne](#)]

23:48 - 12 nov. 2017

36 Retweets 39 Me gusta



Jorge Gallardo @jorgegallardo · 13 nov. 2017

En respuesta a @luismipedrero @susanaherrera y a 14 más
Buen artículo!! Enhorabuena.

2 1 3



Luis Miguel Pedrero @luismipedrero · 13 nov. 2017

¡Muchas gracias, Jorge! 😊

1 1 2



aorrantiah @aorrantiah · 28 nov. 2017

En respuesta a @luismipedrero @susanaherrera y a 13 más
Interesante investigación. La segunda parte debería abordar por ejemplo:
-Porcentaje de alertas abiertas
-Tiempo de permanencia
-Fidelización del usuario

1 1 4



Luis Miguel Pedrero @luismipedrero · 28 nov. 2017

¡Gracias, Andoni, tomamos nota! 😊

1 1 1



Jose A Gonzalez Alba @jagonzalezalba · 13 nov. 2017

En respuesta a @luismipedrero @susanaherrera y a 14 más
Felicitaciones, Susana y Luis Miguel...

2 1 1



Luis Miguel Pedrero @luismipedrero · 13 nov. 2017

¡Muchas gracias, José Antonio! 😊

1 1 1



Susana Herrera @susanaherrera · 13 nov. 2017

En respuesta a @luismipedrero @revista_EPI y a 13 más
¡Gr, Luismi! Ha sido maravilloso trabajar contigo =)

1 1 1



Ramón Salaverría

@rsalaverria

Siguiendo



Publico en @revista_EPI el artículo que más me ha costado escribir: una revisión mundial de la investigación sobre periodismo digital durante los últimos 25 años.

[elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/201 ...](http://elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/201...)

Ya disponible en español ('postprint'), pronto se publicará la versión principal en inglés.

El profesional de la información

EPI Indexada por ISI y Scopus
ISSN 1386-6710 / ISSN-e 1699-2407
Revista internacional, científica y profesional

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com>

Enero-febrero de 2019, vol. 28, núm. 1
Número multidisciplinar de Información y Comunicación

Review articles / Artículos de revisión

Digital journalism: 25 years of research. Review article [resumen] [Pendiente]
[Ramón Salaverría](#)

Artículo traducido al español:
Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión [resumen] [Postprint]

16:26 - 14 ene. 2019

<https://twitter.com/rsalaverria/status/1084834119941541889>

94 Retweets 179 Me gusta





Ramón Salaverría

@rsalaverria

Siguiendo



Ya está disponible la versión definitiva ('open access') de mi artículo "Digital journalism: 25 years of research. Review article", en 'El Profesional de la Información' (@revista_EPI). Resumen de un cuarto de siglo de investigación sobre medios digitales.
elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2019/ene/01_es.pdf

Digital journalism: 25 years of research. Review article

Ramón Salaverría

Nota: Este artículo se puede leer en español en:

http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2019/ene/01_es.pdf

How to cite this article:

Salaverría, Ramón (2019). "Digital journalism: 25 years of research. Review article". *El profesional de la información*, v. 28, n. 1, e280101.

<https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>

Article received on September 29th, 2018

Approved on December 13th, 2018

9:14 - 21 ene. 2019

32 Retweets 73 Me gusta



2



32



73



<https://twitter.com/rsalaverria/status/1087262139247718400>

La comunidad en las redes sociales: Los lectores recomiendan y/o comentan

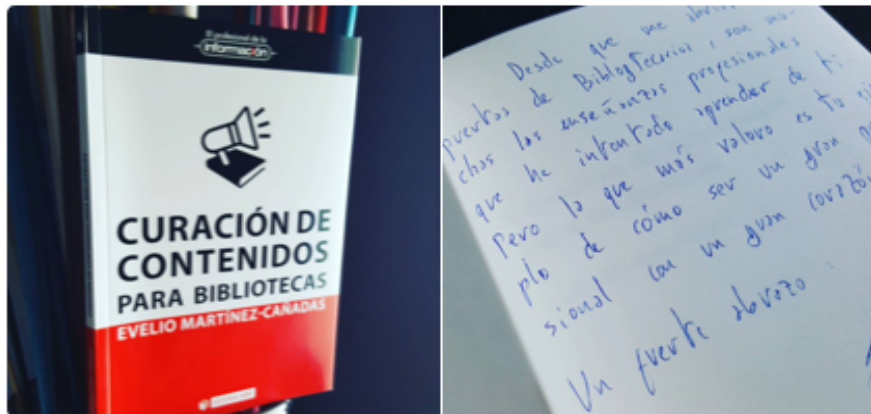
<https://twitter.com/JulianMarquina/status/943201051796271104>

 **Julián Marquina**
@JulianMarquina

Seguir

Este libro me gusta por tres cosas:

- 👉 Tema: la curación de contenidos en [#bibliotecas](#).
- 👉 Escritor: un excelente profesional como es [@emartibd](#) (al cual tengo muchísimo aprecio).
- 👉 Dedicatoria: hace que el vínculo entre lector-libro-escritor crezca de manera exponencial.



11:27 - 19 dic. 2017

10 Retweets 41 Me gusta




3 10 41

 **Evelio Martínez** @emartibd · 19 dic. 2017

En respuesta a [@JulianMarquina](#)

Muchísimas gracias Julián, muy contento de que te guste. Ya sabes que el sentimiento es mutuo: un abrazo!! :)

1 1

 **Julián Marquina** @JulianMarquina · 19 dic. 2017

Tengo ya ganas de ponerme con él. Seguro que aprendo muchísimo. Un fuerte abrazo... 🤗

1

 **M. I. García Bolta** @garciaibolta · 20 dic. 2017

En respuesta a [@JulianMarquina](#) [@emartibd](#)

Cuánto disfruto con los buenos bibliotecarios. Felices bibliotecarios

2 1

 **Julián Marquina** @JulianMarquina · 20 dic. 2017

Me sumo al disfrute y a las felicitaciones... 🤗

[#FelicesFiestas](#) 🎄

1

 **Str** @biblionthekes · 20 dic. 2017

En respuesta a [@JulianMarquina](#) [@emartibd](#)

Ala qué chulo!!!! Yo tb quiero una firmilla!

1 2

 **Str** @biblionthekes · 20 dic. 2017

Por cierto! Muuuy recomendable ;) muy interesante! Ya tiene lista de espera!!!

1 1



Rafael Ibáñez
@rafaeliba

Siguiendo



¿Cómo que aún no habéis leído el libro de @ferjur sobre la #biblioteca pública publicado por @EditorialUOC y @revista_EPI? Pues ya estáis tardando, porque el futuro ya está aquí. Mi reseña, hoy en @BiblogTecarios



9:05 - 10 oct. 2018

9 Retweets 16 Me gusta



<https://twitter.com/rafaeliba/status/1049918909036531714>

La comunidad en las redes sociales: Menciones en publicaciones externas

<https://twitter.com/BiblogTecarios/status/933246048184578048>



BiblogTecarios

@BiblogTecarios

Seguir

[#EPItecarios] Comunidades de fans y ficción televisiva. Estudio de caso: El Ministerio del Tiempo (TVE) por @eboyanoalo @revista_EPI biblogtecarios.es/elenaboyano/ep... #resebiblog



[#EPItecarios] Comunidades de fans y ficción televisiva. Es...

En este artículo, publicado en el último número de El Profesional de la Información, se analiza la serie española El Ministerio del Tiempo, emitida por TVE. Bajo este título, analizan el fenómeno...

biblogtecarios.es

0:09 - 22 nov. 2017

8 Retweets 10 Me gusta



La comunidad en las redes sociales: Menciones en publicaciones externas



Revista EPI

@revista_EPI

Seguir



varios artículos de [@revista_EPI](#) entre los 100 + 15 mejores artículos sobre periodismo de 2017 seleccionados por [@mik1977](#) miquelpellicer.com/2018/01/los-10 ...
[#periodismo](#)

Tradueix el tuit



Los 100 mejores artículos sobre periodismo de 2017 - Miqu...

Lista de los 100 mejores artículos sobre periodismo de 2017. Una curación de contenidos de Miquel Pellicer en periodismo, redes sociales y marketing de contenidos.

miquelpellicer.com

20:24 - 5 de gen. de 2018

Acercarnos a la comunidad

<https://twitter.com/jguallar/status/860401463507529729>



Javier Guallar
@jguallar

Seguir



el equipo de organización de #CRECS17:
[@revista_EPI](#) + [@Ocnos_revista](#)

Tradueix el tuit



9:51 - 5 de maig de 2017 des de [Cuenca, España](#)

8 retuits 24 agradaments



Twitter para una revista científica: tips a partir del caso de EPI

-El perfil

-Contenidos

-Comunidad

-Métricas

-Cómo tuitear

Twitter Analytics <https://analytics.twitter.com/>

Métricas oficiales de Twitter (para perfil propio)



Twitter Analytics <https://analytics.twitter.com/>

Métricas oficiales de Twitter (para perfil propio)

Estadísticas Inicio Tweets Audiencias Eventos Más ▾

Revista EPI ▾ EPI ▾ Registrarse en Twitter Ads

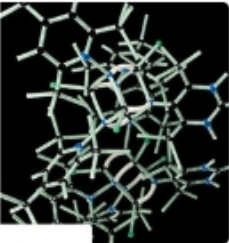
ANUNCIARSE EN TWITTER

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

Tweet principal

tuvo 3.670 impresiones

Ya puedes consultar completo EPI 28,2 (Información y comunicación biomédica). Desde este año publicamos de modo continuo y hemos subido los artículos individualmente a medida que están terminados. Hemos acabado el número con 25 artículos y aquí lo tienes ¡Disfrútalo!
pic.twitter.com/3JmbE4ezL2




18 34

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

Mención principal

tuvo 166 interacciones

 **Rafael Bravo**
@rafabravo · 19 may.

Gran equivocación en artículo @revista_EPI: " En el caso de los influencers antivacunas, la presencia de perfiles relevantes es menor, donde destacan considerablemente..... Juan Gervás (@JuanGrvas)." elprofesionaldelainformacion.com/contenido/s/201...

3 2 7

[Ver Tweet](#)

Haga que sus Tweets lleguen más gente

Los Tweets Promocionados y el contenido amplían su alcance en Twitter a más personas.


[Comenzar](#)

RESUMEN DE MAY 2019

Tweets	Impresiones de Tweets
8	15,6 mil
Visitas al perfil	Menciones
625	21
Nuevos seguidores	
23	

Seguidor principal

Seguido por 7.390 personas



info bibliotecas


Tweet con contenido multimedia principal

tuvo 1.449 impresiones

Additive manufacturing technologies for biomedical engineering applications. A paper by Enara Zarrabeitia-Bilbao, Izaskun Alvarez-Meaza, Rosa-María Río-Belver & Gaizka Garechana-Anacabe
doi.org/10.3145/epi.20...
pic.twitter.com/GSGo1r2a9x

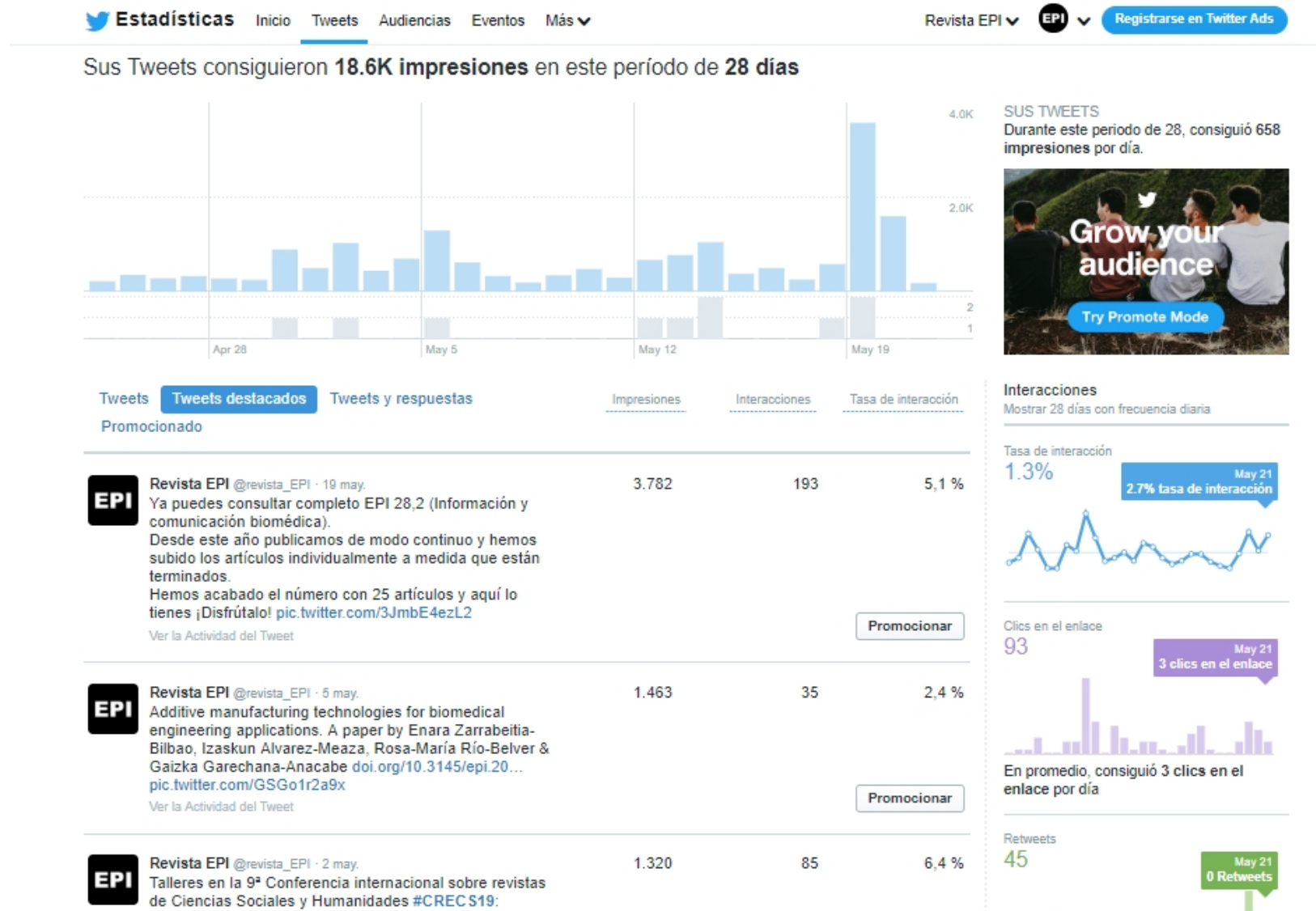
Enara Zarrabeitia-Bilbao, Izaskun Álvarez-Meaza, Rosa-María Río-Belver, Gaizka Garechana-Anacabe

El profesional de la información



Twitter Analytics <https://analytics.twitter.com/>

Métricas oficiales de Twitter (para perfil propio)



Twitter Analytics <https://analytics.twitter.com/>

Métricas oficiales de Twitter (para perfil propio)

Actividad del Tweet ✕



Revista EPI @revista_EPI
Ya puedes consultar completo EPI 28,2 (Información y comunicación biomédica). Desde este año publicamos de modo continuo y hemos subido los artículos individualmente a medida que están terminados. Hemos acabado el número con 25 artículos y aquí lo tienes ¡Disfrútalo!
pic.twitter.com/3JmbE4ezL2

Impresiones	3.782
Interacciones totales	193
Interacciones con el contenido multimedia	101
Me gusta	34
Clics en el perfil	24
Retweets	18
Abrir el detalle	13
Clics en el enlace	3



Llegar a una audiencia más amplia

¡Promocione este Tweet para conseguir más interacciones!

Comenzar

Recogida de datos

	fecha 1	fecha 2
Twitter		
Perfil		
Followers total		
Followers nuevos		
Following total		
Following nuevos		
Followers/following ratio		
Listed/1000 followers		
Publicaciones		
Tweets total		
Tweets nuevos		
Tweets promedio por día		
Retweets, porcentaje		
Contenido e Interacciones		
Links promedio por tweet		
Menciones promedio por tweet		
Hashtags promedio por tweet		
Replies porcentaje del total		
Tweets retweeteados proporción		
Tweets con me gusta proporción		

Metricool <https://app.metricool.com>

Ejemplo de herramienta para métricas propias y de la competencia

metricool










Evolution

Real time

Planning

Become PREMIUM



Name	Followers	Following	Tweets	Likes	Retweets		
 Revista BiD @revistaBiD	2,246	701	18	5.11	3.50		
 RLCS @revistalatinacs	2,706	878	0	0	0		
 Revista Comunicar @Rev_Comunicar	6,549	1,642	35	3.43	2.20		

Growth

6,549

Followers

1,642

Following

35

Tweets

6550

6549

6548

23 apr

26 apr

29 apr

2 may

5 may

8 may

11 may

14 may

17 may

20 may

Twitter para una revista científica: tips a partir del caso de EPI

-El perfil

-Contenidos

-Comunidad

-Métricas

-Cómo tuitear

Cómo tuitear. Tips



Revista EPI @revista_EPI · 10 abr.



Dr. Google, ¿qué me puede decir sobre la homeopatía? Estudio comparativo de las top10 webs en EUA, Reino Unido, Francia, México y España. Un artículo de @Loreneando doi.org/10.3145/epi.20...

Dr. Google, ¿qué me puede decir sobre la homeopatía? Estudio comparativo de las top10 webs en EUA, Reino Unido, Francia, México y España

**Dr. Google, what can you tell me about homeopathy?
Comparative study of the top10 websites in the United States, United Kingdom, France, Mexico and Spain**

Lorena Cano-Orón

El profesional de la
información



“Cualquier buscador, por el hecho de ordenar las webs y dar prioridad a unos contenidos sobre otros, ya ofrece una visión sesgada”



Contenido de un tweet

Tips

1. Brevedad

Cuando Twitter permitía tweets de 140 caracteres , la medida ideal era de tweets ente 120 y 130 caracteres.

Ahora permite tweets hasta 280 caracteres y se ha relajado la presión del espacio disponible, pero es preferible no hacer tweets muy largos.

Es recomendable abrir hilos antes que hacer tweets muy largos.

Contenido de un tweet

Tips

2. Contenido visual

Tweets con contenido multimedia (imágenes o vídeos) tienen mucha más interacción

Atención: es mejor que el contenido visual se pueda ver dentro del propio tweet, no como link

Contenido de un tweet

Tips

3. Aportar valor

Tweets deben aportar contenido interesante, relevante para el seguidor. Los usuarios de las redes tienen un exceso de información. Valorarán las cuentas que les aporten valor y despreciarán las que no.

Una revista puede ofrecer muchos contenidos de valor ya de por sí, y eso es un punto fuerte

Otra de las claves es la Content curation

Contenido de un tweet

Tips

4. Interactuar con la comunidad siempre:

Responder (es imperdonable no responder a una interacción de otro usuario)

Agradecer interacciones (seguimientos, RTs ...)

Conversar, preguntar a otros usuarios

Ocasionalmente: Pedir interacciones ("call to action")

Contenido de un tweet

Tips

- Tuit ideal: ha de cumplir las **4** condiciones; como mínimo combinar **2-3**:
 - Breve
 - Visual
 - Que aporte valor
 - Que interactúe

Contenido de un tweet

Elementos clave en la redacción de un tweet

- Una técnica (o más de una) de **content curation**:
 - Retitular (*retitling*)
 - Resumir o comentar (*summarizing*)
 - Citar (*quoting*)
- **Mención (@)**
- **Hashtag (#)**
- **Imagen**
- **Mención dentro de la imagen (etiquetar)**

Técnicas de content curation

Retitular (Re-titling)

Consiste en cambiar el título original por uno propio. La aportación del curator se concentra exclusivamente en el título.

Esfuerzo bajo-medio

Valor añadido bajo-medio

Técnicas de content curation

Resumir o comentar (Summarizing)

Consiste en redactar un resumen o comentario original (más o menos breve). Es decir, no se trata de copiar simplemente una parte del texto original, sino que la redacción es propia del curador. Dos modalidades:

-Resumen (más objetiva)

-Comentario (más personal)

Esfuerzo medio

Valor añadido medio/alto

Técnicas de content curation

Citar (Quoting)

Consiste en copiar literalmente una selección entrecomillada del contenido original, presentada o comentada por el curator.

Representa un nivel superior a las técnicas anteriores, porque es el curator quien selecciona siguiendo su criterio aquella parte del contenido más interesante para su audiencia.

Esfuerzo medio

Valor añadido alto

Texto
tweet



Revista EPI @revista_EPI · 10 abr.

Dr. Google, ¿qué me puede decir sobre la homeopatía? Estudio comparativo de las top10 webs en EUA, Reino Unido, Francia, México y España. Un artículo de @Loreneando doi.org/10.3145/epi.20...

Imagen

Dr. Google, ¿qué me puede decir sobre la homeopatía? Estudio comparativo de las top10 webs en EUA, Reino Unido, Francia, México y España

**Dr. Google, what can you tell me about homeopathy?
Comparative study of the top10 websites in the United States, United Kingdom, France, Mexico and Spain**

Lorena Cano-Orón

El profesional de la
información



Cualquier buscador, por el hecho de ordenar las webs y dar prioridad a unos contenidos sobre otros, ya ofrece una visión sesgada

Interacciones





Revista EPI @revista_EPI · 10 abr.

Dr. Google, ¿qué me puede decir sobre la homeopatía? Estudio comparativo de las top10 webs en EUA, Reino Unido, Francia, México y España. Un artículo de

← Título
← Summarizing

Mención

→ @Loreneando

Link

→ doi.org/10.3145/epi.20...

Dr. Google, ¿qué me puede decir sobre la homeopatía? Estudio comparativo de las top10 webs en EUA, Reino Unido, Francia, México y España

**Dr. Google, what can you tell me about homeopathy?
Comparative study of the top10 websites in the United States, United Kingdom, France, Mexico and Spain**

Lorena Cano-Orón

El profesional de la **información**



“Cualquier buscador, por el hecho de ordenar las webs y dar prioridad a unos contenidos sobre otros, ya ofrece una visión sesgada”



Imagen

Dr. Google, ¿qué me puede decir sobre la homeopatía? Estudio comparativo de las top10 webs en EUA, Reino Unido, Francia, México y España

***Dr. Google, what can you tell me about homeopathy?
Comparative study of the top10 websites in the United States, United Kingdom, France, Mexico and Spain***

Lorena Cano-Orón

El profesional de la
información



“Cualquier buscador, por el hecho de ordenar las webs y dar prioridad a unos contenidos sobre otros, ya ofrece una visión sesgada”

Elementos que aparecen en la imagen

Dr. Google, ¿qué me puede decir sobre la homeopatía? Estudio comparativo de las top10 webs en EUA, Reino Unido, Francia, México y España

1. Título

*Dr. Google, what can you tell me about homeopathy?
Comparative study of the top10 websites in the United States, United Kingdom, France, Mexico and Spain*

2. Autor

Lorena Cano-Orón

El profesional de la
—información—

3. Logo revista

4. Foto autor



“Cualquier buscador, por el hecho de ordenar las webs y dar prioridad a unos contenidos sobre otros, ya ofrece una visión sesgada”

5. Quoting



Revista EPI @revista_EPI · 10 abr.

Dr. Google, ¿qué me puede decir sobre la homeopatía? Estudio comparativo de las top10 webs en EUA, Reino Unido, Francia, México y España. Un artículo de

← Título
← Summarizing

Mención

→ @Loreneando

Link

→ doi.org/10.3145/epi.20...

Imagen

Dr. Google, ¿qué me puede decir sobre la homeopatía? Estudio comparativo de las top10 webs en EUA, Reino Unido, Francia, México y España

Dr. Google, what can you tell me about homeopathy?
Comparative study of the top10 websites in the United States, United Kingdom, France, Mexico and Spain

Lorena Cano-Orón

El profesional de la **información**



“Cualquier buscador, por el hecho de ordenar las webs y dar prioridad a unos contenidos sobre otros, ya ofrece una visión sesgada”

← Quoting

Interacciones {



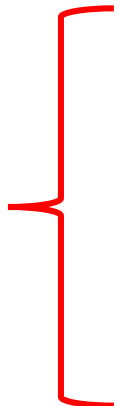


Javier Guallar

@jguallar



Summarizing



este nuevo artículo de revisión en @revista_EPI puede interesar a gestores, bibliotecarios y estudiosos de la biblioteca universitaria:

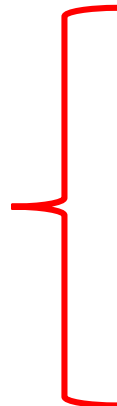
Reimagining the academic library: What to do next, by David W. Lewis

Hashtags



#academiclibrary #library #bibliotecauniversitaria

Imagen



Reimagining the academic library: What to do next. Review article

David W. Lewis



Librarians too often underestimate the resources they control and their ability to be the masters of their own fate



Quoting

18:13 - 21 ene. 2019

20 Retweets 35 Me gusta



Lluís Anglada, Ciro Lluca, Nieves González y 6 más

2 20 35

Interacciones



<https://twitter.com/jguallar/status/1087397826705936384>

Usuarios etiquetados



Javier Guallar @jguallar · 21 ene.

este nuevo artículo de revisión en [@revista_EPI](#) puede interesar a gestores, bibliotecarios y estudiosos de la biblioteca universitaria: Reimagining the academic library: What to do next, by David W. Lewis

[#academiclibrary](#) [#library](#) [#bibliotecauniversitaria](#)
pic.twitter.com/aYZhXcJzZ2



Lluís Anglada @lluísanglada

Siguiendo



Ciro Lluca @cirollueca

UOCedu +libraries +culture +world

Siguiendo



Nieves González @NievesGlez

Librarian at University of Seville (Spain).
Interested in marketing, social media,
altmetrics for librarians

Siguiendo



Julio Alonso Arévalo @jalonsoarevalo

Bibliotecario de Traducción y
Documentación de la universidad de
Salamanca. Blog Universo Abierto

Siguiendo



Jordi Serrano @jserranom

IT Librarian at Universitat Politècnica de
Catalunya (UPC). Ah! no sóc el tertulià ;-)

Siguiendo



Gema Santos-Hermosa @gsantoshe

Digital librarian, lecturer and researcher,
working at [@fbid_ub](#) &
[@UOCbiblioteca](#). Interested in [#OA](#),
[#OER](#), [#OpenEducation](#), e-learning
repositories,

Siguiendo



<https://twitter.com/jguallar/status/1087397826705936384>

Referencias

- GUALLAR, Javier (2009). “Blogs en publicaciones periodísticas y científicas en España: dos situaciones divergentes. El caso del blog de EPI”. *Anuario ThinkEPI*, vol. 3, pp. 75-87. <http://eprints.rclis.org/13795/>
- GUALLAR, Javier (2014). “4 técnicas de caracterización de contenidos en Twitter (real time curation)”. *Los content curators*, 24 marzo <http://www.loscontentcurators.com/4-tecnicas-de-caracterizacion-de-contenidos-en-twitter-real-time-curation/>
- GUALLAR, Javier; LEIVA-AGUILERA, Javier (2013). *El content curator. Guía básica para el nuevo profesional de internet*. Barcelona: Editorial UOC, colección El profesional de la información, n. 24, 162 p. ISBN 978-84-9064-018-0 <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/libros/content-curator.html>
- LEIVA-AGUILERA, Javier; GUALLAR, Javier (2014). *Las 4S's de la content curation. Estudio de caso (I)*. [ebook]. ISBN 978-84-9064-018-0 <http://www.loscontentcurators.com/las-4ss-de-la-content-curation-ebook/>
- SANAGUSTÍN, Eva (2013). *Marketing de contenidos*. Barcelona: Anaya Multimedia, 192 p. ISBN: 9788441533509 <https://www.evasanagustin.com/marketingdecontenidos/>
- SANAGUSTÍN, Eva (2017). *Plan de contenidos para medios sociales*. Barcelona: Editorial UOC, colección El profesional de la información, n. 41, 105 p. ISBN 978-84-9029-349-2 http://www.elprofesionaldelainformacion.com/libros/plan_contenidos_medios_sociales.html

Material realizado con la colaboración de Natalia Arroyo (@narroyo), El profesional de la información (EPI)

¡Gracias!

Javier Guallar

[@jguallar](#)

*Universitat de Barcelona, Departament de Biblioteconomia,
Documentació i Comunicació Audiovisual, Centre de
Recerca en Informació, Comunicació i Cultura CRICC
El profesional de la información (EPI)*

jguallar@gmail.com