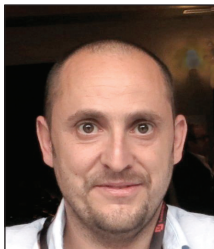




## PRESENCIA EN REDES SOCIALES Y ALTMÉTRICAS DE LOS PRINCIPALES AUTORES DE LA REVISTA *EL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN*



### Daniel Torres-Salinas y Yusnelkis Milanés-Guisado



**Daniel Torres-Salinas** es doctor en documentación por la *Universidad de Granada*. Trabaja como bibliómetra en la *Universidad de Navarra*, donde analiza la producción y el impacto de su investigación. Es también investigador en el *Grupo EC3* de la *Universidad de Granada* y desarrollador de herramientas de evaluación como *Científica* o los rankings *I-UGR Rankings de Universidades según Campos y Disciplinas Científicas*. Entre sus últimos proyectos destaca la creación junto a sus colegas de *EC3* de la *spin-off EC3metrics*.  
<http://orcid.org/0000-0001-8790-3314>

*Universidad de Navarra, Centro de Investigación Médica Aplicada*  
31008 Pamplona, España  
[torressalinas@gmail.com](mailto:torressalinas@gmail.com)



**Yusnelkis Milanés-Guisado** es licenciada y máster en bibliotecología y ciencias de la información. Es candidato a doctor por la *Universidad de Granada*. Ha trabajado en proyectos europeos y latinoamericanos de evaluación de la ciencia y gestión de la I+D+i. Sus actuales líneas de investigación son la evaluación del impacto de la investigación, bibliometría, análisis de patentes y la gestión de la I+D+i.  
<http://orcid.org/0000-0001-5461-9309>

*Universidad de Granada, Escuela Internacional de Posgrado*  
Paz, 10. 18071 Granada, España  
[ymilanes@gmail.com](mailto:ymilanes@gmail.com)

### Resumen

Se analiza una muestra discreta de los autores que más han publicado en la revista *El profesional de la información (EPI)* durante el período 2009-2013. Se estudia su presencia en las redes sociales y el impacto de sus publicaciones indexadas en la *Web of Science* a través de un grupo de altmétricas. Los resultados muestran que el 77% tienen perfil público en *Google Scholar Profiles* y el 70% tanto en *LinkedIn* como *Mendeley*. Esta plataforma se ha mostrado como la herramienta con estadísticas más elevadas; en comparación con las citas *Web of Science* obtiene el mayor valor de correlación (0,516). El 55% tiene una cuenta en *Twitter*. *Slideshare* tiene más baja presencia (47%), pero las presentaciones de los autores reciben mayor cantidad de vistas. Asimismo en el estudio se presentan altmétricas detalladas para 47 autores de *EPI*. Se finaliza sobre la dificultad que implica el análisis de las altmétricas a nivel de autor.

### Palabras clave

Altmétricas, Métricas a nivel de autor, Web social, Redes sociales, Impacto, Documentación, Comunicación, *El profesional de la información*, *EPI*, *Web of Science*, *Mendeley*, *CiteULike*, *Twitter*, *Slideshare*.

**Title: Presence on social networks and altmetrics of authors frequently published in the journal *El profesional de la información***

### Abstract

We analyzed a discrete sample of the most frequent contributors to the journal *El profesional information (EPI)* for the period 2009-2013. We studied the presence of these authors in social networks and the impact of their *EPI* publications indexed in *Web of Science* using different altmetrics. The results showed that 77% had a public profile on *Google Scholar Profiles* and 70% had an account on both *LinkedIn* and *Mendeley*. This platform has served as the tool with higher statistics and obtained the highest correlation with the number of citations in *Web of Science* (0.516). Other networks were *Twitter* (55%) and *Slideshare* (47%); despite its lower presence in the sample, *Slideshare* offers users higher visibility, receiving the highest number of user hits. We also present detailed altmetrics for 47 *EPI* authors, ending with a reflection on the difficulty of analysing altmetrics at author level.

### Keywords

Altmétricas, Author level metrics, Social web, Social networks, Library and information science, Communication, *El profesional de la información*, *EPI*, *Web of Science*, *Mendeley*, *CiteULike*, *Twitter*, *Slideshare*.

Artículo recibido el 01-05-2014

Aceptación definitiva: 14-07-2014

**Torres-Salinas, Daniel; Milanés-Guisado, Yusnelkis (2014).** "Presencia en redes sociales y alométricas de los principales autores de la revista *El profesional de la información*". *El profesional de la información*, julio-agosto, v. 23, n. 4, pp. 367-372.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.jul.04>

## 1. Introducción

Las alométricas son consideradas una forma alternativa de medir el impacto de los resultados académicos de la investigación a través de la red social y están destinadas a mejorar y complementar las formas más tradicionales de evaluación mediante citas (Priem *et al.*, 2010). Tienen en cuenta la difusión y visibilidad de la investigación en plataformas sociales, desde la búsqueda social de bibliografía a través de *Facebook*, a la discusión de resultados vía *Twitter* e incluyendo cualquier impacto que una publicación o autor pueda tener en la web social (Bar-Ilan *et al.*, 2012).

Por ello ofrecen evidencias del alcance social de las publicaciones. Aunque sus potencialidades, validez, propiedades y estandarización (Wouters; Costas, 2012) no están aún del todo claras (Torres-Salinas; Cabezas-Clavijo, 2012; Eysenbach, 2011), abren la posibilidad de rastrear el impacto de los investigadores más allá de las citas, permitiendo a los investigadores conocer en menor tiempo la repercusión de sus trabajos.

Las alométricas permiten a los investigadores conocer en menor tiempo la repercusión de sus trabajos

Una de sus principales fortalezas es proporcionar indicadores a nivel de artículo (Neylon; Wu, 2009; Costas; Zahedi; Wouters, 2014). El *Article level metrics* (ALM) es el nivel de análisis más conocido y utilizado (Tananbaum, 2013; Yan; Gerstein, 2011; Chamberlain, 2013), lo que permite valorar la repercusión de un artículo en entornos distintos a la revista donde ha sido publicado (Torres-salinas; Cabezas-Clavijo; Jiménez-Contreras, 2012). Otros trabajos han estudiado su uso en niveles de agregación como revistas (Nielsen, 2007; Cabezas-Clavijo; Torres-Salinas, 2012), universidades (Orduña-Malea; Ontalba-Ruipérez, 2013) y en menor medida autores.

En análisis alométrico a nivel de autor, limitándonos al ámbito de la documentación, contamos con dos estudios: Bar-Ilan *et al.* (2012) analizan una muestra de 57 autores de la conferencia *Science technology indicators* en Leiden en 2010, recogiendo información sobre sus publicaciones y su repercusión en la web 2.0. Asimismo Haustein *et al.* (2014), con la misma muestra, amplían este estudio para analizar las relaciones de los investigadores en varias redes sociales.

Tomando como referente metodológico estos trabajos, en el presente artículo se revisan las alométricas de un conjunto de autores en documentación a nivel de España. Ante la dificultad para analizar la comunidad completa se estudió una muestra discreta de los más productivos en *El profesio-*

*sional de la información* durante 2009-2013. Los objetivos específicos son los siguientes:

1. Analizar la presencia y utilización de redes sociales y perfiles científicos, a fin de comprobar si éstos son tenidos en cuenta por nuestra comunidad científica y su grado de penetración.
2. Conocer el impacto de los autores y los trabajos considerando diferentes alométricas calculadas para las publicaciones indexadas en la *Web of Science* en los últimos cinco años.

En definitiva tratamos de ofrecer una primera aproximación a la visibilidad web 2.0 de la producción científica de los autores en documentación que sirva como punta de lanza para estudios más exhaustivos.

## 2. Material y métodos

Se consideraron los autores con mayor número de artículos publicados en *El profesional de la información* durante el período 2009-2013. Se identificaron un total de 248 autores con un artículo o más. Se seleccionaron los autores con un umbral de 3 o más publicaciones en esta revista. Finalmente quedó una muestra de 47 autores. A continuación se realizó un trabajo manual en la web, para lo cual se revisaron sus respectivos perfiles en las siguientes redes sociales: *Google Scholar Profiles*, *LinkedIn*, *Mendeley*, *Slideshare* y *Twitter*. A partir de ellos se comprobó si los investigadores tenían perfiles abiertos en dichas plataformas y, en algunos casos, como en *Twitter* y *Slideshare*, se comprobó el número de seguidores.

A continuación se procedió a la descarga y análisis de las alométricas de las publicaciones indexadas en *Web of Science* (*WoS*) entre 2009-2013. Se identificaron inicialmente un total de 626 publicaciones, incluyendo 184 duplicados debido a la co-autoría. La recopilación se realizó durante la segunda quincena de febrero y primera de marzo de 2014. La recuperación en *WoS* permitió identificar los *DOIs* en la mayoría de las publicaciones, y en los casos en los que no lo tenían, se procedió a buscarlos en otras fuentes como *Crossref*, *Mendeley* o *Pubmed*. Las publicaciones que finalmente no se identificaron fueron eliminadas quedando una muestra final de 426, una vez que también se suprimieron los duplicados.

Las alométricas de estas publicaciones se recuperaron a través de la web de *Impactstory* que permite calcular métricas de *Mendeley*, *Wikipedia*, *Twitter*, *Facebook*, blogs y otras usando *DOIs*, *PubMed ID*, usuario en *Slideshare* u otros identificadores. No obstante, con el fin de mejorar la calidad de los datos, en el caso de *Mendeley* se procedió a verificar los datos obtenidos a través de un trabajo manual en su propia interfaz. En el caso de *Twitter* se utilizó *Topsy*. En muchos casos se comprobó que las métricas aportadas por las distintas plataformas coincidían; pero en otros, como por

ejemplo *Twitter*, se identificaron diferencias entre *Impactstory* y *Topsy*. En estos casos se procedió a asignar el valor más. El uso manual de la interfaz de *Mendeley* también permitió recuperar métricas en 34 publicaciones en las que no se tenían los *DOIs*.

Las diferencias e inconsistencias entre los distintos proveedores de datos de *Altmérics* es una cuestión que aún afecta a este tipo de estudios. Trabajos recientes como el de **Zahedi, Fenner y Costas (2014)**, intentan esbozar este problema. Un paso en este sentido ha sido la reciente fusión de *Impactstory* con *Altmérics.Com*, unión que no se había materializado en el momento de recogida de los datos del presente estudio. Esta fusión implica que se podrá tener acceso a nuevas métricas que *Impactstory* no proporcionaba antes como *G+*, *Reddit* o *Facebook*. Sin embargo, se pierde la cobertura de *Twitter* en muchos artículos y otros productos de investigación sin *DOIs*, a los cuales se podía acceder con *Topsy* a través de los *urls*.

Los resultados certifican que los autores más activos en *EPI* muestran también una clara orientación al mundo de la web 2.0

Los artículos que no reciben ningún tweet se han contabilizado como 0 y no como valor nulo. Se ha escogido este procedimiento al considerar que el hecho de que una publicación no sea mencionada del todo puede ser considerado como 0, ya que no tiene altmétrica (como cuando una publicación no es citada en lo absoluto y obtiene una puntuación de citas igual a 0). Un procedimiento similar es utilizado en **Costas, Zahedi y Wouters (2014)**.

Finalmente los indicadores calculados a nivel global y para cada investigador fueron los siguientes: número tweets, media tweets por trabajo *WoS*, número lecturas, media lecturas por trabajo *WoS*, número bookmarks, media bookmarks por trabajo *WoS*, seguidores y vistas de *Slides*.

### 3. Resultados

La búsqueda de los autores arrojó una primera imagen sobre su presencia en las redes sociales y plataformas. *Google Scholar Profiles*, *LinkedIn* y *Mendeley* son las plataformas con mayor presencia. *Google Scholar* es la más utilizada: un 77% de los autores tienen un perfil público activo; *Mendeley* y *LinkedIn*, ambas con un 70%, la secundan (figura 1). El resultado es similar al encontrado por **Bar-Ilan et al. (2012)**, según los cuales, 40 de los autores (70%) analizados tenía cuenta

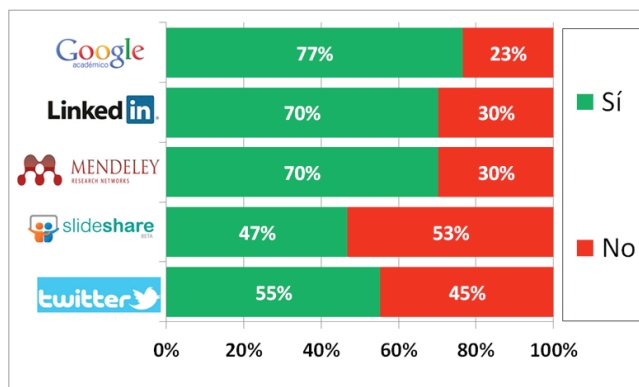


Figura 1. Presencia de los investigadores más productivos de EPI en diferentes redes sociales

en *LinkedIn*, por lo que parece ser uno de los servicios de *social media* más populares. En *Mendeley* por su parte, también un 70% de los autores tienen perfiles aunque en su mayoría con poca actividad. Se consideraron perfiles con poca actividad o inactivos a aquellos creados pero con sus respectivos CVs sin completar, sin actualizaciones, cero o muy pocos resultados de investigación compartidos, cero membresía en grupos, etc. En *Twitter* el porcentaje es del 55%. **Bar-Ilan et al. (2012)**, identificaron que el 43% de los investigadores de su muestra tenían cuenta activa y **Priem, Costello y Dzuba (2012)**, estimaron que sólo lo tiene un 2,5% de académicos de 5 representativas universidades del Reino Unido y Estados Unidos. Finalmente *Slideshare* es la plataforma con menos presencia (47%).

Tabla 1. Altmétricas de las publicaciones *Web of Science* (2009-2013) de los investigadores más productivos de EPI y tasa de correlación entre las métricas

1.A. Altmétricas de las publicaciones <i>Web of Science</i>				
	Indicador	Valor	Desviación estándar	
<i>Twitter</i>	Total tweets global	644,00	--	
	Media tweets por trabajo <i>WoS</i>	1,55	4,44	
	Total tweets promedio por autor	20,40	42,06	
<i>Mendeley</i>	Total lecturas global	5.212,00	--	
	Media lecturas por trabajo <i>WoS</i>	12,43	16,19	
	Total lecturas promedio por autor	144,36	313,68	
<i>CiteULike</i>	Total bookmarks global	370,00	--	
	Total bookmarks por trabajo <i>WoS</i>	0,88	2,78	
	N. total bookmarks Promedio por autor	12,19	23,80	
1.B. Altmétricas en <i>Slideshare</i>				
<i>Slideshare</i>	Total vistas global	1.497.697	---	
	Media vistas por presentación	3.213	5.094	
	Total vistas promedio por autor	76.825	90.961	
1.C. Correlación de los diferentes indicadores para los 426 <i>Web of Science</i> analizados				
	Twets	Lectores	Bookmarks	Citas
Twets	1,000			
Lectores	-0,062	1,000		
Bookmarks	0,007	0,386	1,000	
Citas	-0,092	0,516	0,112	1,000

En la tabla 1 se presentan las estadísticas generales de las altmétricas recopiladas. El mayor valor se obtiene en las métricas de *Mendeley* donde los 426 trabajos analizados alcanzan hasta un total de 5.212 lecturas, valor que lo sitúa muy lejos del resto de plataformas analizadas ya que las publicaciones recibieron 644 tweets y 370 bookmarks en *CiteULike*. Este patrón, donde *Mendeley* predomina, se repite para los otros indicadores calculados. Hay que mencionar cómo otros trabajos evidenciaron las bajas tasas de correlación entre los indicadores. Si comparamos las *altmetrics* con las citas *Web of Science*, el coeficiente más alto se obtiene con *Mendeley* donde se alcanza un valor de 0,51 muy similar al obtenido en otros estudios (Li; Thelwall; Giustini, 2011), que fue de 0,55. En relación a *Slideshare* hay que mencionar que pese a su baja utilización (figura 1) entre la comunidad, las presentaciones alcanzan valores muy altos de vistas. Así el conjunto de autores analizados suma hasta 1.497.697 vis-

tas. La media de vistas por presentación se situó en 3.213. Estos números podrían indicar las potencialidades de esta plataforma para generar tráfico a sus usuarios. En la tabla 2 se presentan las métricas agregadas a nivel de autor. La casi totalidad de los autores son académicos de universidades españolas. En cuanto a presencia en las redes sociales, 14 investigadores tienen cuenta abierta en todas las redes sociales analizadas, y tan sólo 2 no tienen ninguna presencia en la web social. Destacan por el número de seguidores en *Twitter* Antonio Fumero-Reverón (4.033), Javier Guallar (3.784) y José-Antonio Merlo-Vega (3.554). En *Slideshare* el mayor número de seguidores lo tienen Antonio Fumero-Reverón (630), Julio Alonso-Arévalo (600) y Daniel Torres-Salinas (270). El ranking de vistas globales del conjunto de presentaciones lo encabeza Daniel Torres-Salinas (314.488), seguido de Julio Alonso-Arévalo (247.336) y Jesús Tramullas (223.123).

Tabla 2. Presencia en redes sociales y altmetrics de las publicaciones *Web of Science* (2009-2013) de los investigadores más productivos de EPI

INVESTIGADOR Y CENTRO	PRESENCIA EN REDES SOCIALES						ALTMETRICS PARA TRABAJOS WEB OF SCIENCE (WoS)								
	Presencia en Twitter	Seguidores Twitter	Presencia en Mendeley	Presencia en Google Scholar	Presencia en LinkedIn	Presencia en Slideshare	Seguidores en Slideshare	Vistas en Slideshare	Número de trabajos en WoS	Número de tweets	Media de tweets	Nº de lecturas en Mendeley	Media lecturas en Mendeley	Nº bookmarks en CiteULike	Media bookmarks CiteULike
ABADAL-FALGUERAS, ERNEST UB	✓	186	✓	✓	✓	✓	137	19509	15	18	1,3	189	9	4	0,2
ALEIXANDRE-BENAVENT, RAFAEL UV	○	○	○	✓	✓	○	○	○	47	8	0,3	200	3,2	4	0,1
ALONSO-AREVALO, JULIO USAL	✓	2.107	✓	✓	✓	✓	600	247.336	5	3	0,5	221	74	58	19
ARROYO-VAZQUEZ, NATALIA FGSR	✓	2.930	✓	✓	✓	✓	196	150.041	3	0	0	28	9,3	0	0
CABEZAS-CLAVIJO, ALVARO UGR	✓	1.154	✓	✓	✓	✓	172	88.882	10	110	11	168	7,3	14	0,6
CODINA-BONILLA, LLUIS UPF	✓	456	✓	✓	✓	✓	163	42.282	14	0	0	114	6,7	2	0,1
CORDON-GARCIA, JOSE-ANTONIO USAL	✓	780	✓	✓	○	✓	174	41.071	6	3	0,5	246	82	58	19
DELGADO-LOPEZ-COZAR, EMILIO UGR	○	○	○	✓	○	✓	20	36.415	23	48	2,7	301	3,4	49	0,6
DE-MOYA-ANEGON, FELIX CCHS-CSIC	✓	622	✓	✓	✓	○	○	○	52	101	2,1	750	2,9	69	0,3
DIAZ-NOCI, JAVIER UPF	✓	83	✓	✓	○	✓	32	302	7	4	0,6	85	4,3	0	0
FEIJOO-GONZALEZ, CLAUDIO UPM	○	○	○	○	○	○	○	○	5	4	0,2	144	18	10	1,3
FERRER-SAPENA, ANTONIA UPV	○	○	○	○	○	○	○	○	9	24	3	124	11	2	0,2
FUMERO-REVERON, ANTONIO UPM	✓	4.033	✓	✓	✓	✓	630	8.498	3	0	0	6	2	2	0,7
GARCIA-MARCO, FRANCISCO-JAVIER UNIZAR	○	○	○	○	○	○	○	○	5	3	0,6	59	30	4	2
GIMENEZ-TOLEDO, ELEA CCHS-CSIC	○	○	○	○	○	○	○	○	16	8	0,7	53	1,8	3	0,1
GOMEZ-BARROSO, JOSE-LUIS UNED	○	○	○	○	○	○	○	○	27	4	0,2	159	3,1	10	0,2
GONZALES-AGUILAR, AUDILIO UPVM3	✓	56	✓	✓	○	○	○	○	3	0	0	8	2,7	2	0,7
GONZALEZ-PACANOWSKI, TONI Prestigia	✓	232	✓	○	✓	✓	40	---	3	0	0	25	25	4	4
GUALLAR-DELGADO, JAVIER UB	✓	3.784	✓	✓	✓	✓	110	52.289	11	8	0,9	56	2,2	0	0
HIDALGO-NUCHERA, ANTONIO UPM	○	○	○	○	○	○	○	○	9	0	0	70	35	5	2,5
JIMENEZ-CONTRERAS, EVARISTO UGR	○	○	○	○	○	○	○	○	23	53	2,5	203	2,5	11	0,1
LEYDESDORFF, LOET UvA	✓	150	✓	✓	✓	○	○	○	114	161	1,5	2056	1,6	120	0,1
MARCOS, MARI-CARMEN UPF	✓	1.010	○	○	○	○	---	1.907	9	0	0	38	13	0	0
MARCOS-RECIO, JUAN-CARLOS UCM	✓	115	○	○	○	○	○	○	7	0	0	19	3,8	4	0,8
MARTINEZ-MENDEZ, FRANCISCO-JAVIER UM	○	○	○	○	○	○	○	○	4	0	0	40	40	3	3
MERLO-VEGA, JOSE-ANTONIO USAL	✓	3.554	✓	✓	✓	✓	58	35.276	3	0	0	33	33	5	5
MICO-SANZ, JOSEP-LLUIS URLL	○	○	○	○	○	○	○	○	4	0	0	31	5,2	0	0
MOREIRO, JOSE-ANTONIO UC3M	○	○	○	○	○	○	---	○	6	4	0,8	63	32	8	4
OLIVERA-ZALDUA, MARIA UCM	○	○	○	○	○	○	○	○	7	0	0	25	13	4	2
ORDUNA-MALEA, ENRIQUE UPV	✓	251	✓	✓	✓	○	---	○	11	38	3,5	56	6,2	2	0,2
PASTOR-SANCHEZ, JUAN-ANTONIO UM	○	○	○	○	○	○	○	○	6	0	0	24	24	1	1
PEDRAZA-JIMENEZ, RAFAEL UPF	✓	76	✓	✓	✓	✓	50	73.456	8	0	0	74	3,9	2	0,1
PEREZ-MONTORO, MARIO UB	✓	75	✓	○	○	○	95	---	6	14	2,3	56	14	3	0,8
PESET-MANCEBO, FERNANDA UPV	○	○	○	○	○	○	27	---	11	0	0	47	4,7	5	0,5
RAMIREZ-POSADA, MARIA-VICTORIA UPVM3	○	○	○	○	○	○	○	○	4	0	0	8	2	2	0,5
ROBINSON-GARCIA, NICOLAS UGR	✓	456	✓	✓	✓	✓	105	72.071	15	160	11	97	4,4	1	0,1
RODRIGUEZ-GAIRIN, JOSEP-MANUEL UB	○	○	○	○	○	○	○	○	6	4	0,7	56	56	2	2
RODRIGUEZ-PARADA, CONCEPCION UB	○	○	○	○	○	○	○	○	4	0	0	21	5,3	2	0,5
ROVIRA-FONTANALS, CRISTOFOL IUFP	✓	576	✓	✓	✓	✓	6	13.711	6	0	0	37	5,3	1	0,1
RUIZ-PEREZ, RAFAEL UGR	○	○	○	○	○	○	○	○	12	8	1	66	2,2	15	0,5
SANCHEZ-CUADRADO, SONIA UC3M	○	○	○	○	○	○	○	○	9	11	1,6	48	16	5	1,7
SANCHEZ-VIGIL, JUAN-MIGUEL CUM	✓	19	○	○	○	○	○	○	9	0	0	21	4,2	4	0,8
SAORIN-PEREZ, TOMAS UM	✓	84	✓	✓	✓	✓	44	16.202	4	0	0	12	3	0	0
SERRANO-COBOS, JORGE UPV	✓	1.170	○	○	○	○	230	22.821	6	2	0,3	59	6,6	4	0,4
TORRES-SALINAS, DANIEL UN	✓	1.001	✓	✓	✓	✓	270	314.488	33	137	4,4	464	4,1	60	0,5
TRAMULLAS-SAZ, JESUS UNIZAR	✓	1.656	✓	✓	✓	✓	147	223.123	8	11	1,6	46	12	2	0,5
XIFRA-TRIADU, JORDI UPF	○	○	○	○	○	○	○	○	18	10	0,6	79	5,3	7	0,5

En las altmétricas agregadas de las publicaciones *Web of Science* de los autores y en relación al número de tweets, presentan los mejores valores Loet Leydesdorff (161), Nicolás Robinson-García (161) y Daniel Torres-Salinas (137). En *Mendeley* los valores máximos de lecturas lo alcanza Loet Leydesdorff (2.056), Félix De-Moya-Anegón (750) y Daniel Torres-Salinas (464). Si consideramos *CiteULike* se repite el mismo ranking que en *Mendeley*, aunque con valores mucho menores. El hecho de que estos autores tengan la mayor cantidad de publicaciones, podría influir en el comportamiento de los valores del número de lecturas en estas plataformas.

#### 4. Consideraciones finales

Se ha presentado un análisis de las altmétricas tanto de trabajos como de autores relevantes en el ámbito de la documentación española. Si bien es cierto que la muestra es limitada y quizás no extrapolable a toda la comunidad, ha permitido verificar la amplia penetración de las redes sociales en los investigadores más activos en *El profesional de la información*. Ahora mismo *Google Scholar Profile* es la plataforma más empleada, por el 77% de la muestra, y *Slideshare* la menos utilizada, con sólo el 47%. Sin embargo *Slideshare* se revela como una de las plataformas que mayor tráfico genera a los usuarios: los 22 investigadores que tienen cuenta en esta red consiguen un promedio de 3.213 vistas por presentación. Una cifra que contrasta con los resultados del resto de productos analizados. Asimismo el análisis nos ha permitido establecer el impacto de 426 trabajos donde *Mendeley* se ejerce como la herramienta más fiable al ofrecernos las estadísticas más elevadas, los trabajos *WoS* tienen una media de 12,43 lecturas.

Se confirman las dificultades que implica el cálculo de altmétricas a nivel de artículo: detección de afiliaciones, identificación de alias con autores, falta de estandarización en los títulos, etc.

Si comparamos los datos de la presencia de investigadores en las redes sociales analizadas con los resultados obtenidos en *Haustein et al.* (2014), los autores analizados presentan valores muy equiparables en el caso de *LinkedIn* y *Twitter* pero muy divergentes para *Mendeley* y *Google Scholar Profiles*. En estos dos últimos casos los autores de *El profesional de la información* parecen hacer un mayor uso de estas redes, si bien hay que tener en cuenta que los resultados de *Haustein* fueron recopilados en 2012 y los nuestros en 2014. En cualquier caso los resultados certifican que los autores más activos en *EPI* muestran también una clara orientación al mundo de la web 2.0.

Finalmente se confirman las dificultades que implica el cálculo de altmétricas a nivel de artículo ya apuntadas en otros trabajos (*Torres-Salinas; Cabezas-Clavijo; Jiménez-Contreras*, 2013) (detección de afiliaciones, identificación de nicks con autores, falta de estandarización en los títulos, etc.) que complican y ralentizan el cálculo de indicadores frente a los

Tabla 3. Comparativa de la presencia en redes sociales de los investigadores según dos estudios diferentes

	Haustein et al., 2014	Estudio actual
<b>Red social</b>	<b>% Investigadores con cuenta</b>	
<i>LinkedIn</i>	67	70
<i>Twitter</i>	43	55
<i>Mendeley</i>	23	70
<i>Google Scholar Profiles</i>	22	77

indicadores más clásicos. Sin embargo, pese a la pérdida de información que puede suponer la búsqueda de indicadores a través de altmétricas, se han podido calcular éstas para 47 investigadores. Los resultados obtenidos han permitido identificar investigadores y profesionales ya destacados previamente en nuestra comunidad bien por su producción científica e impacto internacional (por ejemplo Loet Leydesdorff o De-Moya-Anegón) o bien por su gran visibilidad profesional (Julio Alonso-Arévalo).

*Slideshare* se revela como una de las plataformas que mayor tráfico genera; los 22 investigadores que tienen cuenta en esta red consiguen un promedio 3.213 vistas por presentación

En general, el análisis de los individuos es complicado incluso con los indicadores bibliométricos más tradicionales. Una de las limitaciones importantes de este estudio, sino la mayor, es el tamaño de su muestra y su especificidad. En altmetría el trabajo con grupos de autores exige un trabajo adicional ya que, como sucede en bibliometría, la normalización de los nombres y afiliaciones de los autores es uno de los principales problemas. Añadir además la propia identificación de los perfiles de los investigadores en las redes sociales y su normalización, incrementa esta dificultad. Se ha confirmado que el trabajo con grupos de autores reducidos y con cierto conocimiento de la rama de conocimiento y su comunidad científica, puede facilitar el trabajo, pero siempre demanda un esfuerzo añadido. A pesar de las limitaciones anteriores, y otras como la diversidad de medios sociales y plataformas proveedoras de datos de altmetría, incluso la falta aún de comprensión de por qué se usan algunos de estos medios como *Mendeley*, el estudio puede ser merecedor de un cierto valor metodológico. Futuros estudios, ampliando considerablemente la muestra, las redes sociales y los indicadores, deberían corroborar o al menos permitir la discusión de los resultados presentados aquí.

#### 5. Bibliografía

Bar-Ilan, Judit; Haustein, Stefanie; Peters, Isabella; Priem, Jason; Shema, Hadas; Terliesner, Jens (2012). "Beyond citations: Scholars' visibility on the social web". En: *17<sup>th</sup> Intl conf*

on science and technology indicators, Montreal, 5-8 Sept.  
<http://arxiv.org/abs/1205.5611>

**Cabezas-Clavijo, Álvaro; Torres-Salinas, Daniel** (2010). "Indicadores de uso y participación en las revistas científicas 2.0: el caso de PLoS one". *El profesional de la información*, v. 19, n. 4, pp. 431-434.  
<http://eprints.rclis.org/14801/1/431-434.pdf>  
<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2010.jul.14>

**Chamberlain, Scott** (2013). "Consuming article-level metrics: observations and lessons". *Information standards quarterly*, v. 25, n. 2, pp. 4-13.  
[http://www.niso.org/apps/group\\_public/download.php/11303/FE\\_Chamberlain\\_Consuming\\_ALMs\\_isq\\_v25no2.pdf](http://www.niso.org/apps/group_public/download.php/11303/FE_Chamberlain_Consuming_ALMs_isq_v25no2.pdf)  
<http://dx.doi.org/10.3789/isqv25no2.2013.02>

**Costas, Rodrigo; Zahedi, Zohreh; Wouters, Paul** (2014). Do 'altmetrics' correlate with citations? Extensive comparison of altmetric indicators with citations from a multidisciplinary perspective.  
<http://arxiv.org/abs/1401.4321>

**Eysenbach, Gunther** (2011). "Can tweets predict citations? Metrics of social impact based on Twitter and correlation with traditional metrics of scientific impact". *Journal of medical internet research*, v. 13, n. 4, p. 123.  
<http://dx.doi.org/10.2196/jmir.2012>

**Haustein, Stefanie; Peters, Isabella; Bar-Ilan, Judit; Priem, Jason; Shema, Hadas; Terliesner, Jens** (2014). "Coverage and adoption of altmetrics sources in the bibliometric community". *Scientometrics*, On Line First.  
<http://arxiv.org/abs/1304.7300>  
<http://dx.doi.org/10.1007/s11192-013-1221-3>

**Li, Xuemei; Thelwall, Mike; Giustini, Dean** (2011). "Validating online reference managers for scholarly impact measurement". *Scientometrics*, v. 91, n. 2, pp. 461-471.  
<http://dx.doi.org/10.1007/s11192-011-0580-x>

**Neylon, Cameron; Wu, Shirley** (2009). "Article-level metrics and the evolution of scientific impact". *PLoS Biol*, v. 7, n. 11, e1000242.  
<http://dx.doi.org/10.1371/journal.pbio.1000242>

**Nielsen, Finn** (2007). "Scientific citations in Wikipedia". *First Monday*, v. 12, pp. 8-6.

<http://firstmonday.org/article/view/1997/1872>

**Orduña-Malea, Enrique; Ontalba-Ruipérez, José-Antonio** (2013). "Selective linking from social platforms to university websites: a case study of the Spanish academic system". *Scientometrics*, v. 95, n. 2, pp. 593-614.  
<http://arxiv.org/pdf/1310.5815.pdf>  
<http://dx.doi.org/10.1007/s11192-012-0851-1>

**Priem, Jason; Costello, Kaitlin; Dzuba, Tyler** (2012). "Prevalence and use of Twitter among scholars". En: *Symposium on informetric and scientometric research*. New Orleans, LA, USA, October 12.  
<http://dx.doi.org/10.6084/m9.figshare.104629>

**Priem, Jason; Taraborelli, Dario; Groth, Paul; Neylon, Cameron** (2010). Alt-metrics: a manifesto.  
<http://altmetrics.org/manifesto>

**Tananbaum, Greg** (2013). *Article level metrics. A Sparc primer*.  
<http://sparc.arl.org/sites/default/files/sparc-alm-primer.pdf>

**Torres-Salinas, Daniel; Cabezas-Clavijo, Álvaro** (2013). "Altmetrics: no todo lo que se puede contar, cuenta". *Anuario Thinkipi*, v. 7, pp. 114-117.

**Torres-Salinas, Daniel; Cabezas-Clavijo, Álvaro; Jiménez-Contreras, Evaristo** (2013). "Altmetrics: nuevos indicadores para la comunicación científica en la web 2.0". *Comunicar*, v. XXI, n. 41, pp. 56-60  
<http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-05>

**Wouters, Paul; Costas, Rodrigo** (2012). *Users, narcissism and control: tracking the impact of scholarly publications in the 21<sup>st</sup> century*.  
<http://research-acumen.eu/wp-content/uploads/Users-narcissism-and-control.pdf>

**Yan, Koon-Kiu; Gerstein, Mark** (2011). "The spread of scientific information: insights from the web usage statistics in PLoS article-level metrics". *PLoS one*, v. 6, n. 5.  
<http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0019917>

**Zahedi, Zohreh; Fenner, Martin; Costas, Rodrigo** (2014). *How consistent are altmetrics providers? Study of 1000 PLoS one publications using the PLoS ALM, Mendeley and Altmetric.com APIs*.  
<http://dx.doi.org/10.6084/m9.figshare.1041821>

## Suscripción EPI sólo online

Pensando sobre todo en los posibles suscriptores latinoamericanos, ya no es obligatorio pagar la suscripción impresa de EPI para acceder a la online.

EPI se ofrece a instituciones en suscripción "sólo online" a un precio considerablemente más reducido (101,65 +21% IVA euros/año = 123 euros/año), puesto que en esta modalidad no hay que cubrir los gastos de imprenta ni de correo postal.

Para los suscriptores particulares, el precio de la suscripción "sólo online" es de 62 + 21% IVA euros/año = 75 euros/año.