



Universidad de Tarapacá



Universidad Tecnológica
Metropolitana

UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
METROPOLITANA
del Estado de Chile



Ediciones Profesionales de la
Información

15° CRECS 2025

Estrategia para revistas científicas en el ecosistema de medios sociales 2025

Javier Guallar

jguallar@ub.edu

Facultad de Información y Medios Audiovisuales, Universitat de Barcelona, España
15º Congreso Internacional sobre Revistas Científicas CRECS, Santiago de Chile, 8-10 Octubre 2025

Presentación

Como editor

Subdirector revista Profesional de la información y responsable estrategia en redes sociales durante 15 años (2007-2023). Colaboración con Natalia Arroyo, Wileidys Artigas e Isabel Olea.

Como investigador

Especialista en curación de contenidos: una de mis líneas de investigación es la curación en las redes sociales de las revistas científicas (proyecto CUVICOM). Colaboración con Jesús Cascón-Katchadourian, Wileidys Artigas y Wenceslao Arroyo.

Panorámica 2025 de medios sociales y formatos para publicaciones de revistas científicas

5 grandes tipos de formatos/medios para una revista científica en 2025:

1. **Post (corto) basado en texto con soporte de imagen** -> formato estrella con diferencia hasta ahora para revistas / posibilidad de expansión con hilos: **MUY IMPORTANTE**

X, LinkedIn, Facebook, Bluesky

2. **Post basado en imagen con soporte de texto** - > formato minoritario en aumento / posibilidad de expansión con carruseles: **IMPORTANTE, TENDENCIA AL ALZA**

Instagram (y también) Facebook, LinkedIn

3. **Video (largo)** -> formato minoritario pero estable con el tiempo y ligeramente al alza: **COMPLEMENTARIO**

YouTube

4. **Podcast** -> formato emergente con crecientes experiencias recientes: **COMPLEMENTARIO, AL ALZA**

Spotify, YouTube

5. **Post (largo) de texto o texto/imagen** -> formato clásico, en desuso: **MUY MINORITARIO**

Blog, Newsletter

Técnicas más habituales de curación de contenidos

1. Extractar y Republicar

Información básica de referencia o republicación

2. Resumir

Resumen o descripción objetiva o informativa

3. Comentar

Comentario u opinión personal

4. Citar

Fragmento literal seleccionado (habitualmente, de artículo)

+ Call to Action

Llamada a una acción (clicar, like, leer artículo completo...)

Temáticas más frecuentes en las redes sociales de revistas científicas

1. Artículo publicado recientemente

Temática mayoritaria con diferencia

2. Número (o volumen) publicado recientemente

3. Call for papers futuros números

4. Artículos y números anteriores

5. Información diversa sobre la revista (información práctica, actividades, publicaciones en otros canales...)

6. Información diversa externa a la revista (actualidad temática...)

Temáticas más frecuentes en las redes sociales de revistas científicas

1. Artículo publicado recientemente

Temática mayoritaria con diferencia

2. Número (o volumen) publicado recientemente

3. Call for papers futuros números

4. Artículos y números anteriores

5. Información diversa sobre la revista (información práctica, actividades, publicaciones en otros canales...)

6. Información diversa externa a la revista (actualidad temática...)

X Post

Tema: Artículo reciente



Infonomy @revistainfonomy · 4 ago.

...

Clickbait en Google Discover: análisis comparativo con las portadas de periódicos digitales en el marco del gatekeeping y la agenda setting por @olayasinhcony @CarlosLopezosa @jguallar en #revistainfonomy doi.org/10.3145/infono...

#GoogleDiscover #Curaciónalgorítmica #Clickbait

Clickbait en Google Discover: análisis comparativo con las portadas de periódicos digitales en el marco del gatekeeping y la agenda setting

Clickbait on Google Discover: A comparative analysis with digital newspaper front pages within the framework of gatekeeping and agenda setting



Olaya López-Munuera



Carlos Lopezosa



Javier Guallar

Extractar →

Facebook Post

Tema: Artículo reciente

Extractar →

 **Infonomy**
4 de agosto · 🌐

Clickbait en Google Discover: análisis comparativo con las portadas de periódicos digitales en el marco del gatekeeping y la agenda setting por Olaya López-Munuera, Carlos Lopezosa y Javier Guallar en [#revistainfonomy](#)
<https://doi.org/10.3145/infonomy.25.025>
[#GoogleDiscover](#) [#Curaciónalgorítmica](#) [#Clickbait](#)

Clickbait en Google Discover: análisis comparativo con las portadas de periódicos digitales en el marco del gatekeeping y la agenda setting

Clickbait on Google Discover: A comparative analysis with digital newspaper front pages within the framework of gatekeeping and agenda setting



Olaya López-Munuera **Carlos Lopezosa** **Javier Guallar**

Bluesky Post

Tema: Artículo reciente

Extrañar ➡



Revista Infonomy

@revistainfonomy.bsky.social

Clickbait en Google Discover... @olayasinhcony.bsky.social
@carloslopezosa.bsky.social @jguallar.bsky.social en
#revistainfonomy
doi.org/10.3145/info...

#GoogleDiscover #Curaciónalgorítmica #Clickbait

Clickbait en Google Discover: análisis comparativo con las portadas de periódicos digitales en el marco del gatekeeping y la agenda setting

Clickbait on Google Discover: A comparative analysis with digital newspaper front pages within the framework of gatekeeping and agenda setting



Olaya López-Munuera



Carlos Lopezosa



Javier Guallar

<https://bsky.app/profile/revistainfonomy.bsky.social/post/3lvkzxeh2m22c>

LinkedIn Post

Tema: Artículo reciente



Retos: Revista de Ciencias Administrativas y Eco... + Follow ...
1,247 followers
4d •



Infografía del Art. 10: "Relación entre comunicación interna, responsabilidad social corporativa y bienestar laboral en empresas de servicios"



Artículo completo: <https://lnkd.in/ejfg-KRT> ...more

Show translation



Vol. 15 Núm. 29
abril-septiembre 2025
pp. 167-181

RELACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN INTERNA, RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y BIENESTAR LABORAL EN EMPRESAS DE SERVICIOS

Autores:  Alexandra Soler-Sanchis -  Irene Gil-Saura -  Gloria Berenguer-Contrí

► **JUSTIFICACIÓN**
La investigación aporta una perspectiva innovadora y digital a las organizaciones y pone en relieve la necesidad de priorizar la comunicación interna a través de redes sociales corporativas para mejorar el bienestar laboral y la responsabilidad social corporativa.

► **OBJETIVO**
Profundizar el efecto de la comunicación interna formal e informal a través de redes sociales corporativas, en la percepción de las acciones de responsabilidad social corporativa interna y su contribución al bienestar laboral.

► **METODOLOGÍA**
El estudio se realizó mediante un cuestionario autoadministrado en dos empresas del sector servicios (logística y sanidad). Se obtuvo una muestra de 242 empleados y se empleó la técnica de mínimos cuadrados parciales para analizar el modelo.

► **RESULTADOS**
Desde el punto de vista teórico se avanza en la literatura de la comunicación interna de tipo digital para mejorar el estado de bienestar en los entornos laborales y la percepción de las acciones de responsabilidad social corporativa interna.

► **CONCLUSIÓN**
Se demuestra que la comunicación interna formal y digital entre la empresa y el empleado influye de forma positiva en el bienestar de los empleados. Esto contribuye a la construcción de equipos más comprometidos, productivos y satisfechos. Los resultados evidencian que la responsabilidad social corporativa interna contribuye a mejorar el bienestar laboral de los empleados. Las acciones propuestas por la empresa representan un recurso valioso para la mejora de los entornos laborales.



Scopus®
retos.ups.edu.ec
f i o x v

Publicación gratuita
Traducción de Inglés a español-español a inglés
Diseño: kcarbo@ups.edu.ec

LinkedIn Post

Tema: Artículo reciente

Resumir →



Retos: Revista de Ciencias Administrativas y Eco... + Follow ...
1,247 followers
4d •



Infografía del Art. 10: "Relación entre comunicación interna, responsabilidad social corporativa y bienestar laboral en empresas de servicios"



Artículo completo: <https://lnkd.in/ejfg-KRT> ...more

Show translation



Vol. 15 Núm. 29
abril-septiembre 2025
pp. 167-181

RELACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN INTERNA, RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y BIENESTAR LABORAL EN EMPRESAS DE SERVICIOS

Autores:  Alexandra Soler-Sanchis -  Irene Gil-Saura -  Gloria Berenguer-Contró

► **JUSTIFICACIÓN**
La investigación aporta una perspectiva innovadora y digital a las organizaciones y pone en relieve la necesidad de priorizar la comunicación interna a través de redes sociales corporativas para mejorar el bienestar laboral y la responsabilidad social corporativa.

► **OBJETIVO**
Profundizar el efecto de la comunicación interna formal e informal a través de redes sociales corporativas, en la percepción de las acciones de responsabilidad social corporativa interna y su contribución al bienestar laboral.

► **METODOLOGÍA**
El estudio se realizó mediante un cuestionario autoadministrado en dos empresas del sector servicios (logística y sanidad). Se obtuvo una muestra de 242 empleados y se empleó la técnica de mínimos cuadrados parciales para analizar el modelo.

► **RESULTADOS**
Desde el punto de vista teórico se avanza en la literatura de la comunicación interna de tipo digital para mejorar el estado de bienestar en los entornos laborales y la percepción de las acciones de responsabilidad social corporativa interna.

► **CONCLUSIÓN**
Se demuestra que la comunicación interna formal y digital entre la empresa y el empleado influye de forma positiva en el bienestar de los empleados. Esto contribuye a la construcción de equipos más comprometidos, productivos y satisfechos. Los resultados evidencian que la responsabilidad social corporativa interna contribuye a mejorar el bienestar laboral de los empleados. Las acciones propuestas por la empresa representan un recurso valioso para la mejora de los entornos laborales.



Scopus®
retos.ups.edu.ec
f i o x v

Publicación gratuita
Traducción de inglés a español-español a inglés
Diseño: karbo@ups.edu.ec

X Post

Tema: Artículo reciente

Resumir →

Extractar →



← Citar

Facebook Post

Tema: Artículo reciente

Resumir →

Extractar →

Call to Action →

 **Revista INVI**
2 de octubre a las 5:44 p. m. · 🌐

 [#MovilidadUrbana](#) | En el marco del Mes del Transporte y Movilidad Sostenible, la Revista INVI invita a reflexionar sobre los desafíos y oportunidades que enfrentan nuestras ciudades para avanzar hacia sistemas de transporte más justos, inclusivos y sostenibles. Destacamos: "Accesibilidad y valor de suelo como criterios para una localización racional de vivienda social rural en las comunas de San Bernardo y Calera de Tango, Chile" de Alejandro Salazar Burrows y Tomás Cox Oettinger.

<https://revistainvi.uchile.cl/ind.../INVI/article/view/62556> ✓

Te invitamos a leer nuestros artículos dedicados a la movilidad urbana, el transporte público y las alternativas que contribuyen a un futuro más sustentable para todas y todos.

[#RevistaINVI](#) [#ViviendaSocial](#) [#ÁreasRurales](#) [#ValorDeSuelo](#) [#Accesibilidad](#)
[#LocalizaciónSustentable](#) [#SanBernardo](#) [#CaleraDeTango](#) [#DesigualdadUrbanoRural](#)
[#PlanificaciónTerritorial](#) [#Autogestión](#)



“ Se propone un indicador que integra accesibilidad y valor de suelo para orientar la localización sustentable de vivienda social en San Bernardo y Calera de Tango, revelando desigualdades urbano-rurales y potencial en áreas menos consolidadas.

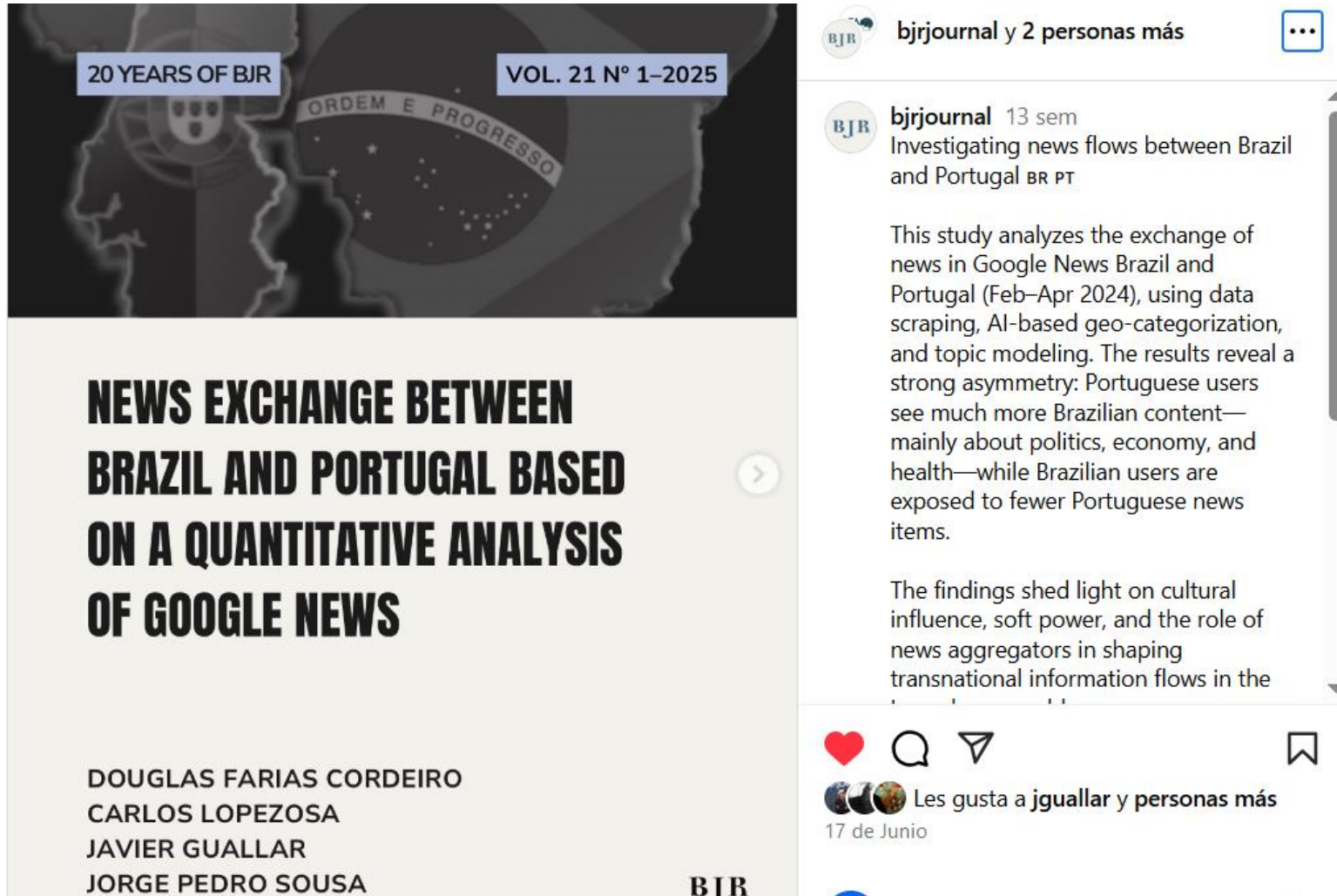
Alejandro Salazar Burrows & Tomás Cox Oettinger

revistainvi
vol. 29 nro. 80 2014

← Citar

Instagram Carrusel

Tema: Artículo reciente



<https://www.instagram.com/p/DK-mfzoMLOr/?igsh=MXozZHpvaXQ3bzE3>

Instagram Carrusel

Tema: Artículo reciente

The image shows an Instagram carousel post from the account **bjrjournal**. The first slide displays the cover of the journal "20 YEARS OF BJR VOL. 21 N° 1-2025" with the motto "ORDEM E PROGRESSO". The second slide features the article title "NEWS EXCHANGE BETWEEN BRAZIL AND PORTUGAL BASED ON A QUANTITATIVE ANALYSIS OF GOOGLE NEWS" by Douglas Farias Cordeiro, Carlos Lopezosa, Javier Guallar, and Jorge Pedro Sousa. The third slide provides a summary of the article's findings.

Extractar →

Resumir →

20 YEARS OF BJR **VOL. 21 N° 1-2025**

ORDEM E PROGRESSO

**NEWS EXCHANGE BETWEEN
BRAZIL AND PORTUGAL BASED
ON A QUANTITATIVE ANALYSIS
OF GOOGLE NEWS**

DOUGLAS FARIAS CORDEIRO
CARLOS LOPEZOSA
JAVIER GUALLAR
JORGE PEDRO SOUSA

bjrjournal 13 sem
Investigating news flows between Brazil and Portugal BR PT

This study analyzes the exchange of news in Google News Brazil and Portugal (Feb–Apr 2024), using data scraping, AI-based geo-categorization, and topic modeling. The results reveal a strong asymmetry: Portuguese users see much more Brazilian content—mainly about politics, economy, and health—while Brazilian users are exposed to fewer Portuguese news items.

The findings shed light on cultural influence, soft power, and the role of news aggregators in shaping transnational information flows in the

Les gusta a jguallar y personas más
17 de Junio

<https://www.instagram.com/p/DK-mfzoMLOr/?igsh=MXozZHpvaXQ3bzE3>

Instagram Carrusel

Tema: Artículo reciente

BRAZIL-PORTUGAL IN THE PRESS

This study analyzed news aggregation in the **Brazilian and Portuguese versions of Google News** between February and April 2024. The analysis focused on the **exchange of news** between the two countries, using data extracted by **web scraping** and **geographic categorization using artificial intelligence**. The results revealed a notable **asymmetry in the exchange of news**.

@bjrjournal

Instagram Carrusel

Tema: Artículo reciente



Instagram Carrusel

Tema: Artículo reciente

AI AND QUANTITATIVE ANALYSIS IN NEWS MAPPING

The study **applied artificial intelligence to enrich the data**, combining the **multilingual BERT model**, which analyzes the **textual content** of headlines to predict the **geographic origin of news**, with **named entity recognition (NER)** techniques. These techniques are responsible for identifying **mentions of cities and countries**.

Instagram Carrusel

Tema: Artículo reciente

IN THE PORTUGUESE VERSION OF GOOGLE NEWS

BRAZIL DOMINATED INTERNATIONAL
MENTIONS IN GOOGLE NEWS
PORTUGAL, ACCOUNTING FOR:

48.5%

HOMEPAGE

51.6%

TOP STORIES

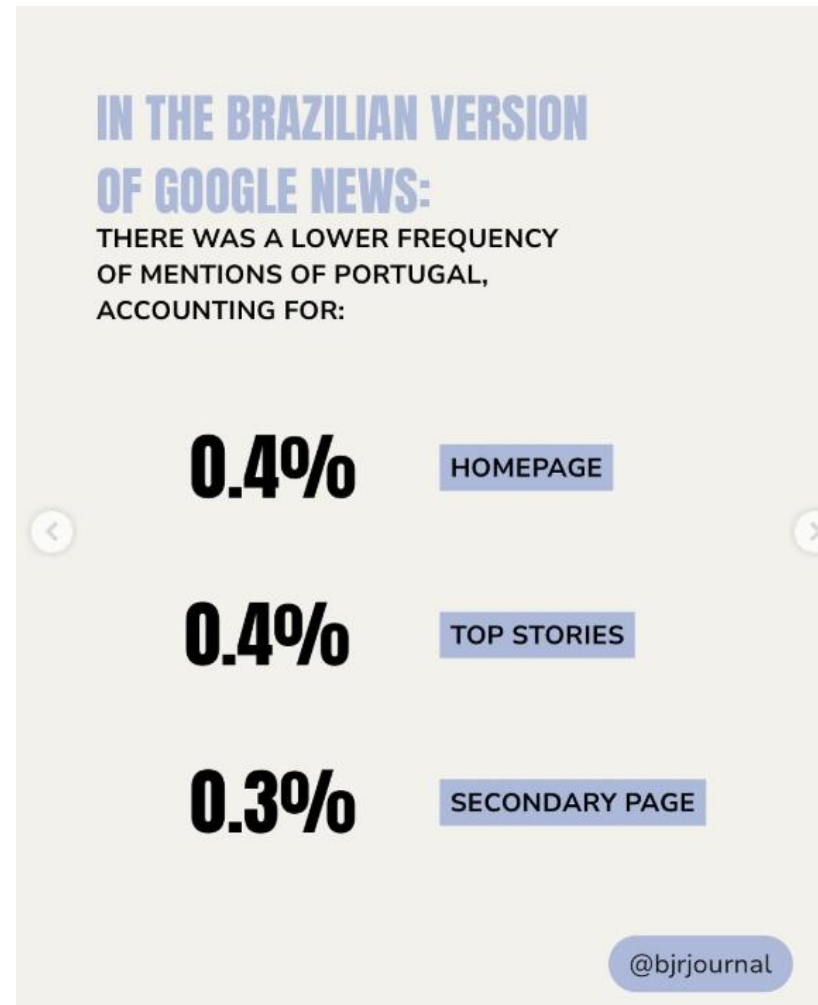
55.8%

SECONDARY PAGE

@bjrjournal

Instagram Carrusel

Tema: Artículo reciente



Instagram Carrusel

Tema: Artículo reciente

WHY IS THERE MORE NEWS ABOUT BRAZIL IN PORTUGAL?

Portuguese readers show a greater interest in Brazilian events, whether in **politics, culture or society**. This helps to explain the volume of news. Brazil and Portugal share a **language, history and culture**. This long-standing connection creates a natural interest among Portuguese people for what is happening in Brazil. Portugal is home to one of the largest Brazilian **communities abroad**, which generates demand for news related to Brazil in Portuguese news.

BJR

Instagram Carrusel

Tema: Artículo reciente

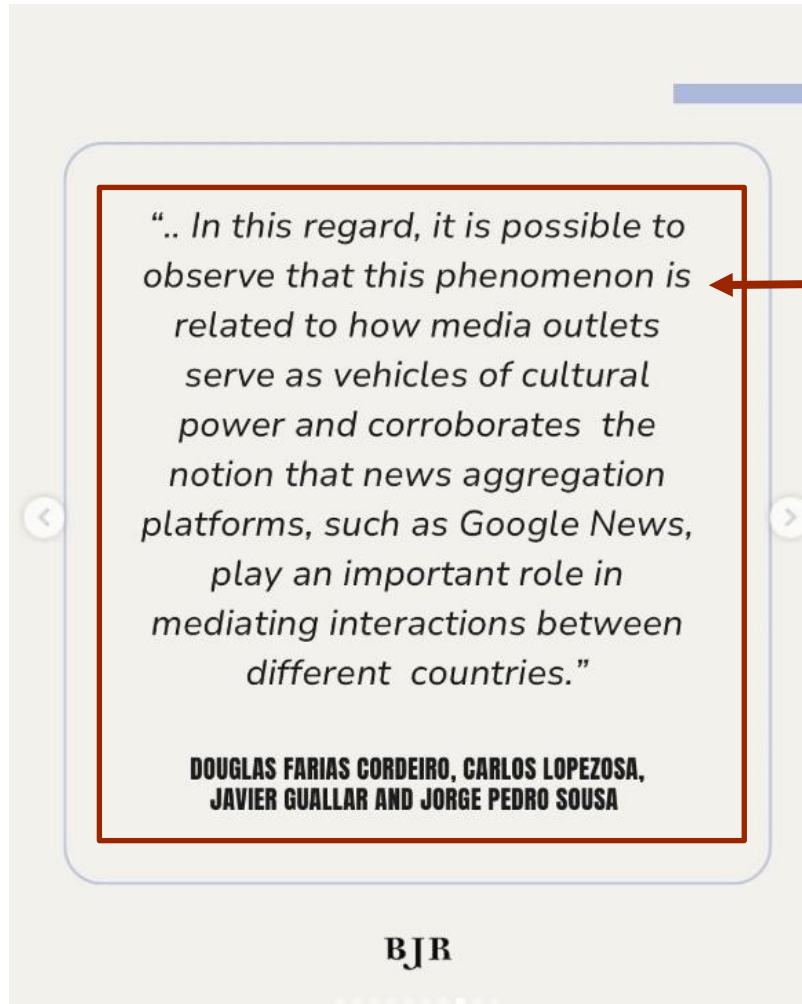
“.. In this regard, it is possible to observe that this phenomenon is related to how media outlets serve as vehicles of cultural power and corroborates the notion that news aggregation platforms, such as Google News, play an important role in mediating interactions between different countries.”

**DOUGLAS FARIAS CORDEIRO, CARLOS LOPEZOSA,
JAVIER GUALLAR AND JORGE PEDRO SOUSA**

BJR

Instagram Carrusel

Tema: Artículo reciente



Citar

Instagram Carrusel

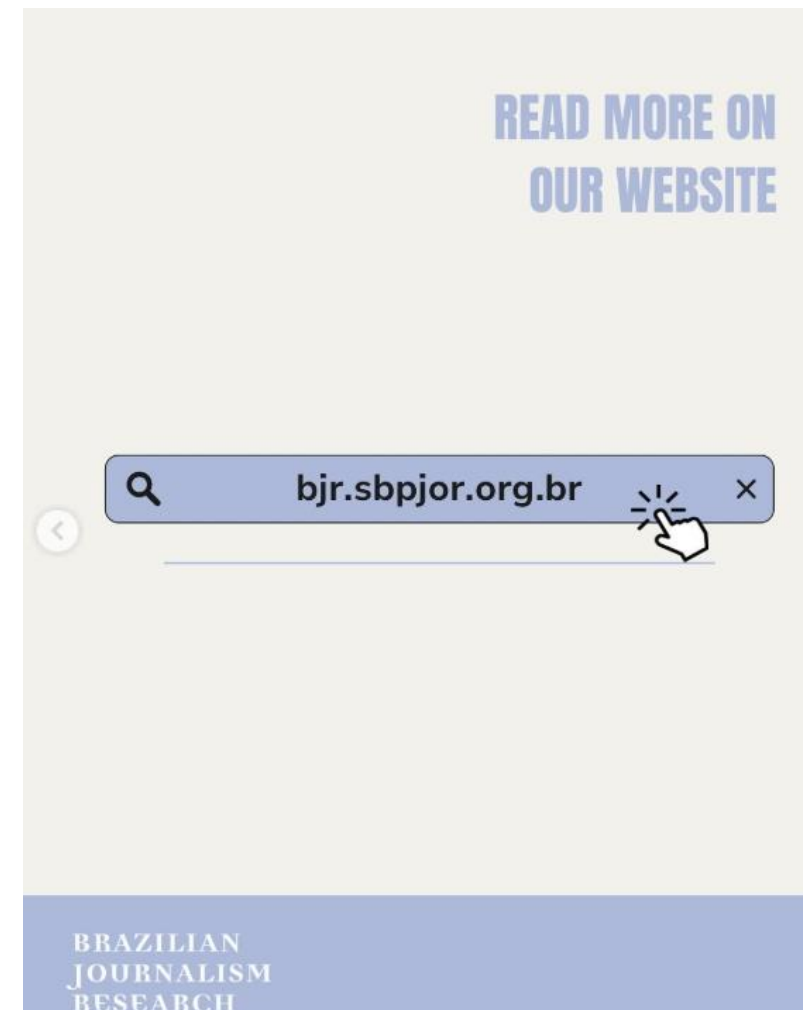
Tema: Artículo reciente



Instagram Carrusel

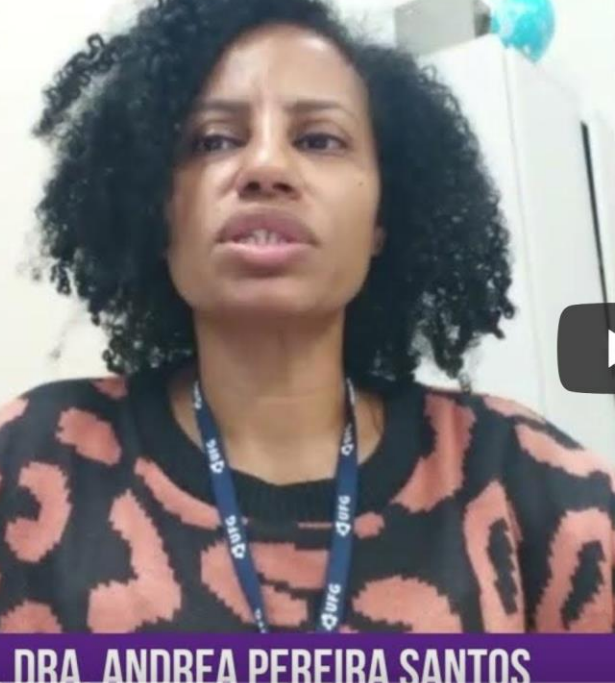
Tema: Artículo reciente

Call to Action



Tema: Artículo reciente





PROFA. DRA. ANDREA PEREIRA SANTOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS (UFG)

"Competência leitora na cultura digital e a biblioteca escolar: a contribuição do letramento informacional"

Kelley Cristine Gonçalves Dias Gasque (UNB)
Andrea Pereira Santos (UFG)

0:00 / 2:58

Play, Stop, Volume, Full Screen, HD, Enter Bibli, and other video controls.



Encontros Bibli & PGCin-UF...
648 suscriptores

Suscribirme

 3

Compartir

 **Clip**

...

YouTube Podcast

Tema: Artículo reciente

EL PODCAST DE LA REVISTA

VOL. 15 (I)

Contenidos sonoros sobre comunicación aplicada



index podcast

index podcast,
contenidos sonoros ...

 Revista index.comunicación

Pódcast · 13 episodios · Actualizada hace 6 días

Cada mes, a mitad y a finales, tienes una cita con la investigación en comunicación. En cada episodio, ...más

 Reproducir más r...

-  10 - Repoblar desde el tuit: discursos sobre despoblación en X
Revista index.comunicación · 4 visualizaciones · hace 1 mes
-  09 - ¿Pagarían los jóvenes por un Instagram sin anuncios?
Revista index.comunicación · 14 visualizaciones · hace 2 meses
-  08 - Alfabetización publicitaria en adolescentes: aula, entorno digital y pensamiento crítico
Revista index.comunicación · 13 visualizaciones · hace 2 meses
-  07 - Mujeres políticas del cambio en X: crítica al adversario y vigilancia del poder
Revista index.comunicación · 12 visualizaciones · hace 3 meses
-  06 - Cambio climático y medios: cobertura de las cumbres del clima
Revista index.comunicación · 11 visualizaciones · hace 3 meses

<https://t.co/gphKY0ybly>

Spotify Podcast

Tema: Artículo reciente



Episodio de pódcast

04 - Publicidad en Instagram: impacto del storydoing frente al storytelling

index podcast, contenidos sonoros sobre comunicación aplicada

30 abr • 6 min 29 s



Spotify Podcast

Tema: Artículo reciente



04 - Publicidad en Instagram: impacto del storydoing frente al storytelling

Descripción del episodio

¿Puede la publicidad en redes sociales trascender lo comercial y apostar por el compromiso social? En este episodio de Index Podcast hablamos con Antonio Rodríguez Ríos y Patricia Lázaro Pernias, investigadores de la Universitat Autònoma de Barcelona, sobre su estudio acerca del impacto del storydoing frente al storytelling en Instagram.

A través de su investigación, analizan cómo el storydoing —que implica a los usuarios en causas sociales reales— genera mayores niveles de engagement e intención de consumo que las estrategias más tradicionales centradas solo en contar historias. ¿Qué diferencia a estas dos narrativas? ¿Cómo influyen en la percepción y participación del público?

Presentado por Raúl Terol, con guion de Miquel Camarasa y diseño sonoro de Alfredo Areense, este episodio nos sumerge en el papel de la publicidad en la construcción de la identidad juvenil.

🔊 Dale al play y descubre cómo el marketing social puede convertirse en una herramienta transformadora en el ecosistema digital.

📖 ✨ ¿Quieres saber más? Lee el artículo completo en Index.Comunicación:
<https://doi.org/10.62008/ixc/15/01Engage>

¡Una lectura imprescindible!

📌 Escúchalo ya en tu plataforma favorita

🔊 Síguenos en redes sociales: LinkedIn, YouTube, Facebook, Academia y X

#IndexPodcast #Storydoing #Storytelling #MarketingSocial #Engagement
#ComunicaciónAplicada

Spotify Podcast

Tema: Artículo reciente



04 - Publicidad en Instagram: impacto del storydoing frente al storytelling

Descripción del episodio

¿Puede la publicidad en redes sociales trascender lo comercial y apostar por el compromiso social? En este episodio de Index Podcast hablamos con Antonio Rodríguez Ríos y Patricia Lázaro Pernias, investigadores de la Universitat Autònoma de Barcelona, sobre su estudio acerca del impacto del storydoing frente al storytelling en Instagram.

A través de su investigación, analizan cómo el storydoing —que implica a los usuarios en causas sociales reales— genera mayores niveles de engagement e intención de consumo que las estrategias más tradicionales centradas solo en contar historias. ¿Qué diferencia a estas dos narrativas? ¿Cómo influyen en la percepción y participación del público?

Presentado por Raúl Terol, con guion de Miquel Camarasa y diseño sonoro de Alfredo Areense, este episodio nos sumerge en el papel de la publicidad en la construcción de la identidad juvenil.

🔊 Dale al play y descubre cómo el marketing social puede convertirse en una herramienta transformadora en el ecosistema digital.

📖 ✨ ¿Quieres saber más? Lee el artículo completo en Index.Comunicación:
<https://doi.org/10.62008/ixc/15/01Engage>

¡Una lectura imprescindible!

🌟 Escúchalo ya en tu plataforma favorita

🔊 Síguenos en redes sociales: LinkedIn, YouTube, Facebook, Academia y X

#IndexPodcast #Storydoing #Storytelling #MarketingSocial #Engagement
#ComunicaciónAplicada

Resumir

Call to
action

Comentar

X Hilo

Tema: Artículo reciente
+ Call for Papers

(ej. Difusión x autores)



Daniel Torres-Salinas @torressalinas · 29 jul.



Para tus lecturas de vacaciones

Hemos publicado este pequeño texto de opinión "Enseñar e investigar con inteligencia artificial: una llamada a la reflexión" en la revista BiD

bid.ub.edu/es/54/torres.h...



5

107

367

20 mil



Daniel Torres-Salinas @torressalinas · 29 jul.



Además si te interesa estamos coordinando la Call for Papers para el monográfico del Número 54: La Inteligencia Artificial en la Academia.

Si tienes algo sobre IA en investigación o en docencia dale un ojo y envía.

bid.ub.edu/es/call_of_pap...



<https://x.com/torressalinas/status/1950117219494425011>

Temáticas más frecuentes en las redes sociales de revistas científicas

1. Artículo publicado recientemente

Temática mayoritaria con diferencia

2. Número (o volumen) publicado recientemente

3. Call for papers futuros números

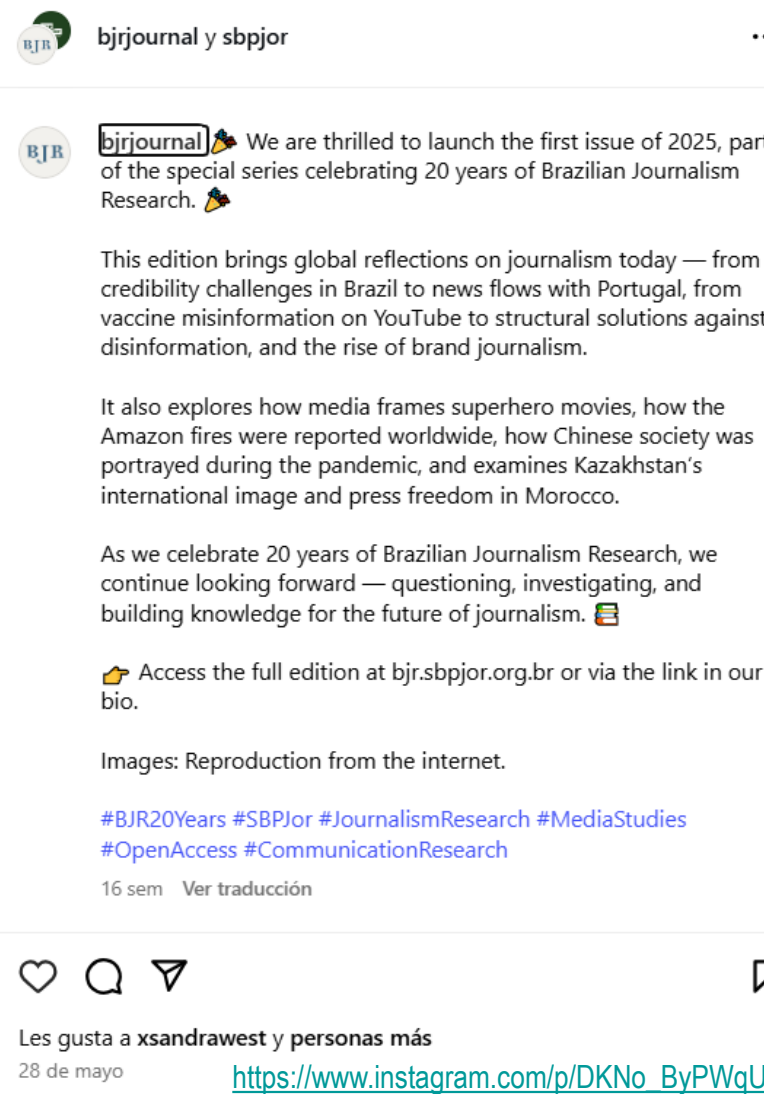
4. Artículos y números anteriores

5. Información diversa sobre la revista (información práctica, actividades, publicaciones en otros canales...)

6. Información diversa externa a la revista (actualidad temática...)

Instagram Carrusel

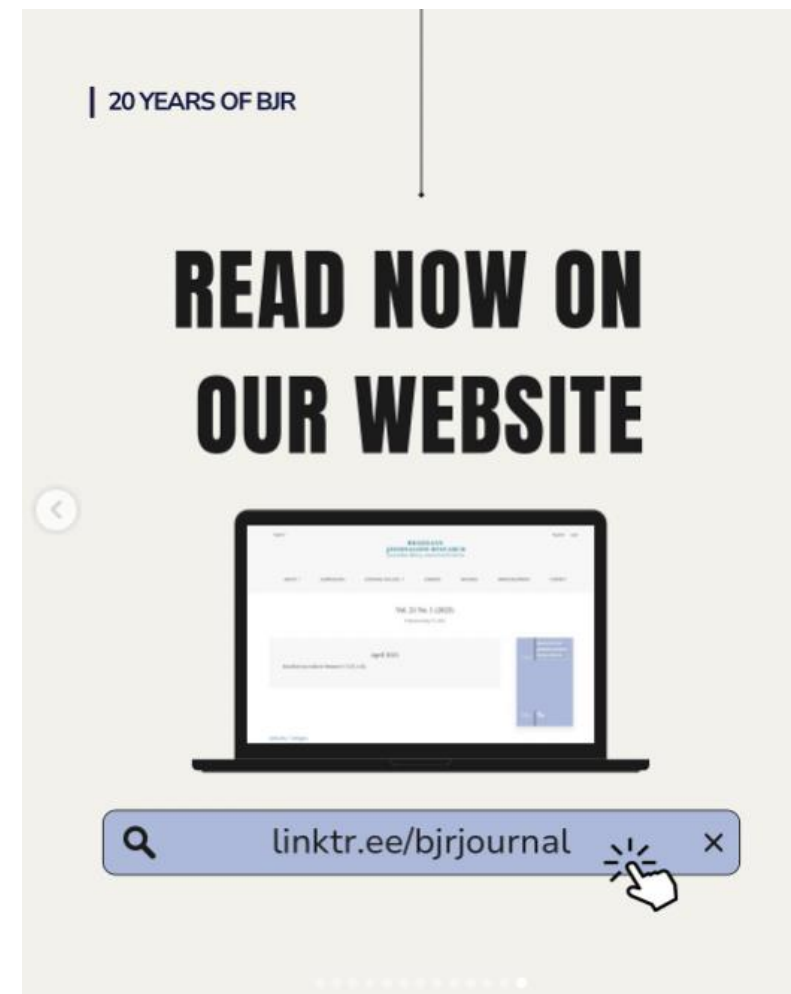
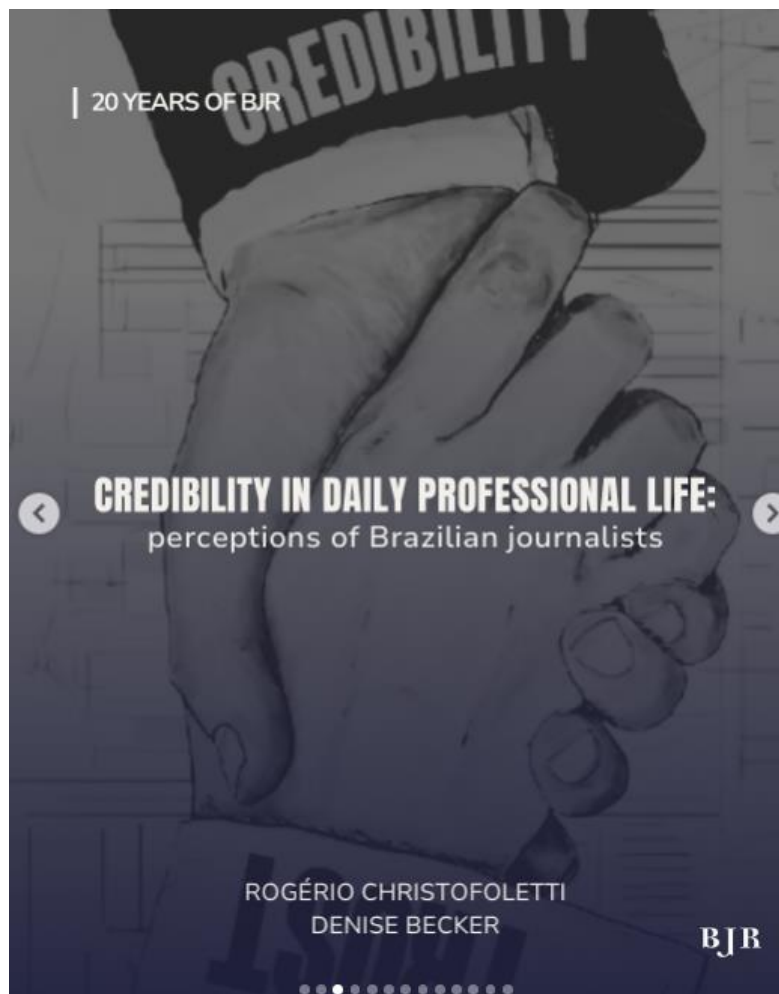
Tema: Último número publicado



https://www.instagram.com/p/DKNo_ByPWqU/?img_index=1

Instagram Carrusel

Tema: Último número publicado



Newsletter

Tema: Último número publicado



Vol. 40 nro. 114 agosto 2025

Artículos



Da propriedade coletiva à contra-propriedade: tensões e contradições na luta por autonomia territorial

De la propiedad colectiva a la contra-propiedad: tensiones y contradicciones en la lucha por la autonomía territorial
From Collective Ownership to Counter-Property: Tensions and Contradictions in the Struggle for Territorial Autonomy

Kaya Lazarini, Pedro Henrique Barbosa Muniz Lima y Raquel Rolnik

<https://doi.org/10.5354/0718-8358.2025.75953>

Dinámicas inmobiliarias en los márgenes: traficantes de tierra como promotores de suelo urbano (Perú)

Real Estate Dynamics on the Margins: Land Traffickers as Promoters of Urban Land (Peru)

Dinâmicas imobiliárias nas margens: traficantes de terra como promotores de solo urbano (Peru)

Manuel Dammert-Guardia, Diana Torres-Obregón y Adrián Aiquipa-Zavala

<https://doi.org/10.5354/0718-8358.2025.75871>



Tendencias del desarrollo geográfico desigual y dinámicas del sistema urbano colombiano (2011-2021)

Tendences in Uneven Geographic Development and Colombia's Urban Systems Dynamics (2011-2021)

Spotify Podcast

Tema: Último número publicado



Podcast cover for Editorial Revista Mediterránea_2025_16_2. The cover features the title 'Revista Mediterránea' at the top, followed by 'EDITORIAL MEDITERRÁNEA VOL. 16 NÚM. 2 (2025)'. Below this is a white button with the text 'Victoria Tur-Viñes'. At the bottom, it includes the hashtag '#MediterraneaPodcast' and the website 'www.mediterranea-comunicacion.org'.

Episodio de pódcast
Editorial Revista Mediterránea_2025_16_2
#MediterraneaPodcast

3 jul • Tiempo restante: 10 min 29 s

▶ + ...

Descripción del episodio

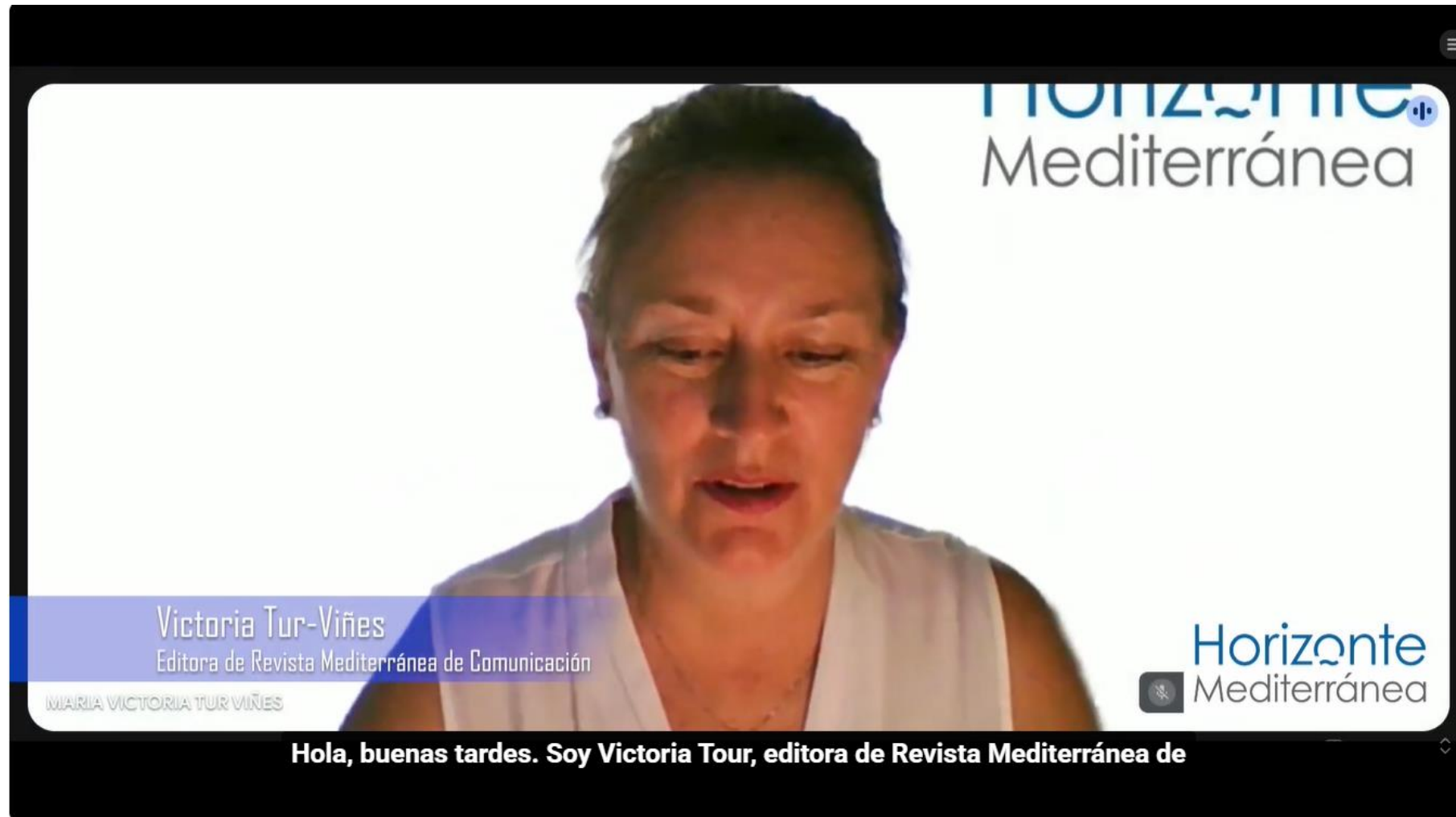
Incluye los monográficos:

- Culturas digitales: hibridaciones e intersecciones entre las artes, las ciencias sociales y sus formatos coordinado por Nekane Parejo, Manuel Blanco-Pérez y Cora Gamarnik.
- El impacto de la desinformación en la comunicación política, institucional y empresarial coordinado por José Rúas-Araújo, Natalia Quintas-Froufe, Marius Dragomir y Sandra-Cristina Dos Santos-Monteiro-Marinho.

<https://open.spotify.com/episode/5HLTfCNOCpvko4wBB0ou3D>

YouTube Video

Tema: Último número publicado



#HorizonteMediterránea 15. Monográfico "Culturas digitales"

<https://www.youtube.com/watch?v=zcctdw0e40A>

Temáticas más frecuentes en las redes sociales de revistas científicas

1. Artículo publicado recientemente

Temática mayoritaria con diferencia

2. Número (o volumen) publicado recientemente

3. Call for papers futuros números

4. Artículos y números anteriores

5. Información diversa sobre la revista (información práctica, actividades, publicaciones en otros canales...)

6. Información diversa externa a la revista (actualidad temática...)

X Post

Tema: Call for papers



Infonomy @revistainfonomy · 1 sept.

...

¡Esperamos tu propuesta sobre Repositorios vs redes sociales en [#revistainfonomy](#) hasta el ⌚ 30 de septiembre!

Toda la información aquí:

scimagoepi.com/infonomy

REPOSITARIOS vs REDES SOCIALES



<https://x.com/revistainfonomy/status/1962484950583701692>

X Post

Tema: Call for papers



Tripodos @RevistaTripodos · 22 sept.
REMINDER #TRIPODOS60 CFP
Deadline for submissions: 6/10/25



We want to focus on Donald Trump's communication. We want to analyze his strategies and the broader implications for democracy, media trust and public opinion. Check the info here: [acortar.link/glk7Yi](https://x.com/RevistaTripodos/status/1970153294761709688)

CALL FOR PAPERS
TRIPODOS 60

**DONALD TRUMP'S COMMUNICATION:
CHALLENGING ESTABLISHED BOUNDARIES IN THE
POLITICAL ARENA**

DEADLINE
OCTOBER 6TH 2025

Blanquerna Communication and International Relations

Tripodos Communication

<https://x.com/RevistaTripodos/status/1970153294761709688>

Facebook Post

Tema: Call for papers

 Revista index.comunicación
17 h · 🌐

🎮🗨️ Call for Papers abierto para la revista index.comunicación

Invitamos a enviar artículos que analicen los videojuegos como espacios de socialización, persuasión, monetización, identidad juvenil y gamificación crítica. Se valorarán enfoques interdisciplinarios (comunicación, media studies, psicología, sociología, IA, estudios culturales...).

Fecha límite: 1 febrero de 2026
Publicación: 15 julio de 2026

#Videogames #DigitalLeisure #YouthStudies #CallForPapers #Gamificación #indexcomunicación

Conoce más detalles de la convocatoria en el enlace:
<https://indexcomunicacion.es/.../indexcomun.../CallforPapers> ✓



**COMUNICACIÓN PERSUASIVA EN VIDEOJUEGOS
Y OCIO DIGITAL: GENERACIONES JÓVENES
ANTE NUEVOS MODELOS DE CONSUMO.**

**index
comunicación**
REVISTA CIENTÍFICA DE COMUNICACIÓN APLICADA

Gema Bonales Daimiel
Universidad Complutense de Madrid

Sergio Gutierrez Majón
Universidad Complutense de Madrid

Laura Cañete Sanz
Universidad Erasmo de Róterdam

<https://www.facebook.com/IndexComu/posts/pfbid02o7KiJztEdyRAGsM5KLpo9GcP2DLswDkpabWEy8etZZ7HievTo4D3N833qiFz1hQl>

Temáticas más frecuentes en las redes sociales de revistas científicas

1. Artículo publicado recientemente

Temática mayoritaria con diferencia

2. Número (o volumen) publicado recientemente

3. Call for papers futuros números

4. Artículos y números anteriores

5. Información diversa sobre la revista (información práctica, actividades, publicaciones en otros canales...)

6. Información diversa externa a la revista (actualidad temática...)

X Post

Tema: Artículos anteriores



Cuadernos.info @CuadernosInfo · 23 abr.



En este [#DiaDelLibro](#) saludamos a todos quienes viven y disfrutan de la lectura 📖.



Para celebrarlo, recordamos este artículo del 2021 que analiza un fenómeno clave en la difusión de los libros en la generación más joven: los booktubers.

cuadernos.info/index.php/cdi/...

[#academia](#)

Nuevos mediadores de la LIJ: Análisis de los booktubers más importantes de habla hispana

Anastasio García-Roca
Universidad de Almería (España)

doi: <https://doi.org/10.7764/cdi.48.27815>

Palabras clave: redes sociales, hábito lector, lectura, BookTubers, literatura juvenil

Nº48

Se han analizado los 165 booktubers más influyentes de habla hispana. "Los datos muestran que estos influencers son, fundamentalmente, chicas jóvenes con un desarrollado hábito lector y su influencia se basa en una dilatada experiencia lectora y prolongada presencia en la red".

1984-2024: 40 AÑOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIONES

Facebook Post

Tema: Artículos anteriores

 Revista index.comunicación
27 de agosto · 🌐

Llega el inicio del campeonato de fútbol y recordamos este artículo sobre la Guía MARCA: 25 años liderando el periodismo deportivo.

Este estudio recorre 25 años de evolución de la Guía MARCA, desde su consolidación como icono del periodismo deportivo hasta su resistencia en plena era digital. A través de un análisis mixto de sus contenidos —portadas, secciones, datos estadísticos y espacio al fútbol femenino— se estudia cómo ha cambiado y qué ha permanecido en esta publicación de culto en la documentación futbolística.

#SportsJournalism #FootballCulture #MediaHeritage

Accede al artículo en el primer comentario:



<https://www.facebook.com/IndexComu/posts/pfbid0TMiAAEcZUHbc9Qocjf5r6XE3kTS4HjyBTauhk4RrJfTHPMcg3gbjME6mBn4H5Phzl>

LinkedIn Post

Tema: Artículos anteriores

Retos Revista de Ciencias Administrativas y Económicas
1,247 followers
1w • 🌐

📖 Felicítamos a los autores por la obtención de 132 citas en [#GoogleScholar](#), en su artículo: "Tecnologías de la Información y Comunicación exclusivo para el comportamiento del consumidor desde una perspectiva teórica", publicado en nuestro Vol. 11 Núm. 21 (2021).

🌐 Artículo completo: <https://lnkd.in/eB3x6mCY>

#RevistaRETOS #SoyUPS #Comercioelectrónico #comportamiento #consumidor #Ecommerce #Entornodigital #Internet #Socialmedia #TIC

Show translation

Retos
Revista de Ciencias Administrativas y Económicas

Tecnologías de la Información y Comunicación exclusivo para el comportamiento del consumidor desde una perspectiva teórica
Mg. Freddy Rodolfo Lalaleo -Análisis
Mg. Diego Mauricio Bonilla-Jurado
Mg. Rodolfo Enrique Robles-Salguero

Los empresas deben adoptar las tecnologías de la información y comunicación (TIC) para poder competir en el mercado, dado que, en la crisis que actualmente vive el mundo, la innovación tecnológica es un valor económico y social.

Los TIC cambian los hábitos de consumo y las tendencias de compra, esto genera mayor competitividad en el desarrollo de información que se considera a este consumidor digital cada vez más exigente.

La utilización de las TIC conduce a un mayor número de mercados pudiendo ser estos locales, nacionales e internacionales, al mismo tiempo que contribuyen a una mayor transparencia en relación con la información.

Los consumidores actuales se encuentran permanentemente conectados, presentan un alto poder de decisión y razones alternativas de elección, esta situación obliga a las empresas organizacionales a situarse ante este nuevo contexto a través del cambio de paradigma en relación con su gestión.

Los nuevos consumidores digitales han desarrollado nuevos hábitos dentro del proceso de compra, respecto que se ha conseguido particularmente gracias al acceso equitativo en relación con las nuevas aplicaciones digitales.

TIC Economía

Revistas Científicas UPS
Retos: Revista de Administración y Economía
envidiaretosups
eRevistaRetosUPS

ACADEMIA
latindex
REDIB
Clarivate Analytics

132 citas en Google Scholar

Open Access

Publicación científica gratuita
Traducida de inglés a español
español a inglés

Scopus
retos.ups.edu.ec

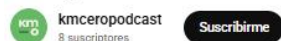
<https://www.linkedin.com/posts/retos-revista-de-ciencias-administrativas-y-econ%C3%B3micas-google-scholar-revistaretos-soyups-activity-7374118652415066113-hj6b/?>

YouTube Podcast

Tema: Artículos anteriores



Investigación de Frontera en Comunicaciones - Capítulo 1: A tres décadas del golpe.



79 visualizaciones Fecha de estreno: 10 sept 2025 [Cuadernos.info / Investigación de Frontera en Comunicaciones](#)

El periodo previo al golpe militar chileno en 1973 se caracterizó por una alta polarización de la sociedad en la que también tomó parte la prensa nacional. En este episodio dos académicos de la Facultad de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica discuten el artículo que escribieron en 2004 y que fue publicado en el número 16-17 de Cuadernos de Información, titulado "A tres décadas del golpe: ¿Cómo contribuyó la prensa al quiebre de la democracia chilena?". A más de 20 años de la publicación los autores William Porath y Patricio Bernedo, junto a la editora en jefe de Cuadernos.info (antes llamada Cuadernos de Información) más el Vicerrector de Comunicaciones y Extensión Cultural UC, Eduardo Arriagada (en el momento de la grabación, académico FCOMUC), repasan este artículo que fue un hito en el reconocimiento de la

https://www.youtube.com/watch?v=xU_QumuUZd0

Temáticas más frecuentes en las redes sociales de revistas científicas

1. Artículo publicado recientemente

Temática mayoritaria con diferencia

2. Número (o volumen) publicado recientemente

3. Call for papers futuros números

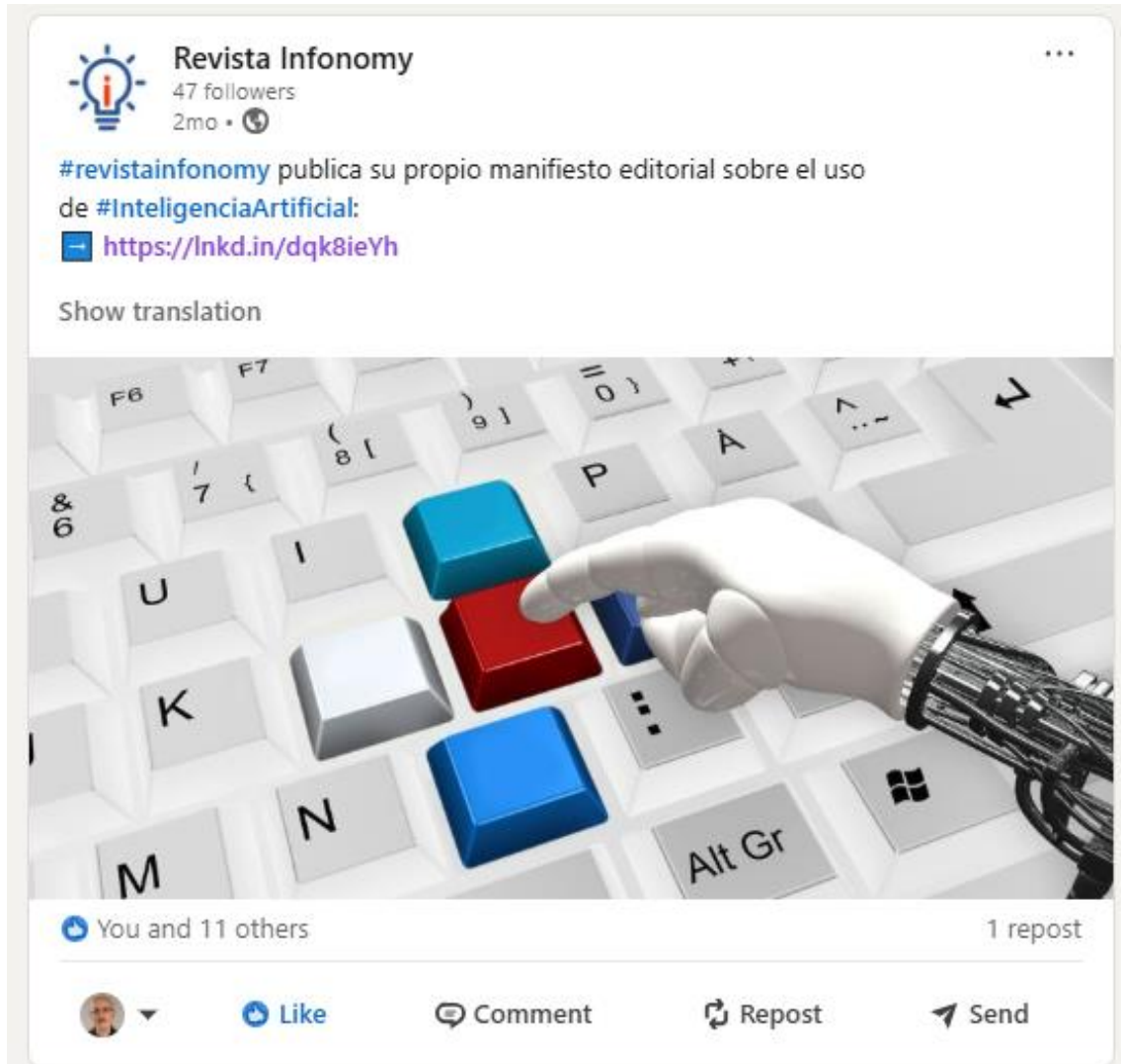
4. Artículos y números anteriores

5. Información diversa sobre la revista (información práctica, actividades, publicaciones en otros canales...)

6. Información diversa externa a la revista (actualidad temática...)

LinkedIn Post

Tema: Información práctica sobre la revista



https://www.linkedin.com/posts/revista-infonomy_revistainfonomy-inteligenciaartificial-activity-7353014276447494144-K3uY/

LinkedIn Post

Tema: Información práctica sobre la revista

**Retos: Revista de Ciencias Administrativas y Económicas** + Follow ...
1,247 followers
1w • 🌐

🔍 RECOMENDACIONES: Es necesario cumplir con la normativa para superar todo el proceso editorial.

📄 Para realizar tu envío, ingresa a: <https://lnkd.in/exutCCjj>

#RevistaRetos #SoyUPS #economía #administración #envíos

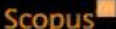
Show translation



NORMATIVA

Los artículos postulados en Retos deben cumplir con:

- Plantilla oficial**
Contiene todo el formato en el que debe ser subido el archivo (Microsoft Word®)
- Normativa**
Contiene la presentación, estructura, extensión, formas de citación, anonimización de los documentos y el proceso de envío.
- Carta de presentación o Cover Letter**
Documento firmado por todos los autores.


f i X in retos.ups.edu.ec

Publicación científica gratuita
Traducida de inglés a español
español a inglés

https://www.linkedin.com/posts/retos-revista-de-ciencias-administrativas-y-econ%C3%B3micas_revistaretos-soyups-economaeda-activity-7374834049816870912-c7br/vjvfMpRM

X Post

Tema: Recomendaciones a autores

 **Cuadernos.info** @CuadernosInfo · 29 abr.

¡El [#conocimiento](#) se comparte! Es importante publicar, pero también difundir.

Como autor/a puedes contribuir a potenciar su visibilidad 

¿Cómo?, aquí te damos algunos consejos 

[#academia](#) [#investigación](#)



Agrégalo a tu perfil de ORCID y envíalo a bases de datos y repositorios

Comparte tu artículo a través de tus redes sociales (no olvides etiquetar a tus coautores, institución, y a la revista)

Identifica colegas y grupos de estudio que puedan estar interesados, y compártelo con ellos

 **Cuadernos.info**
Comunicación y medios en iberoamérica

1964-2024: 40 AÑOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIONES

Bibliotecas UC y Comunicaciones

X Hilo

Tema: Noticias sobre la revista (actividad equipo)



<https://x.com/CuadernosInfo/status/1966241813335036283>

LinkedIn Post Vídeo

Tema: Noticias sobre la revista (presentación equipo)

 **Revista index.comunicación**
1,056 followers
1w • 

Continuamos con un miembro esencial dentro nuestro equipo en la revista Index.comunicación. Hoy os presentamos a Aurora Forteza Martínez, consejo técnico de visibilidad y redes sociales. ...more

Show translation

 The video player shows a woman with curly hair, Aurora Forteza Martínez, speaking. In the top right corner of the video frame is the iXC logo. A teal banner across the middle of the video frame contains the text "Aurora Forteza Martínez" and below it, in a black box, "Consejo Técnico de Visibilidad y RRSS index.comunicación". At the bottom of the video frame, there is a subtitle "Hola a todos, soy Aurora Forteza y". The video player interface includes a play button, a progress bar, a timestamp of 0:28, a 1x speed indicator, a CC icon, a volume icon, and a full screen icon.

https://www.linkedin.com/posts/revista-de-comunicaci%C3%B3n-aplicada-index-comunicaci%C3%B3n_redessociales-rdss-revistacienciaedfica-activity-7376178575676440577-u8wK?

Instagram Carrusel

Tema: Noticias sobre la revista



bjrjournal y sbpjour



bjrjournal 🌟 20 years of research and global recognition 🌟

We are proud to announce that we are among the top Communication journals in Brazil and Latin America, according to the Scimago Journal Rank (SJR)! 📌

This recognition reflects two decades of commitment to high-quality, open access, and internationally relevant journalism research.

We thank all the authors, reviewers, editors, and readers who have been and are part of this journey. The future looks even brighter!

#BJR20Years #SBPjour #SJRRanking #GlobalImpact
#AcademicJournalism #ResearchMatters #BJRHistory #OpenScience

19 sem Ver traducción



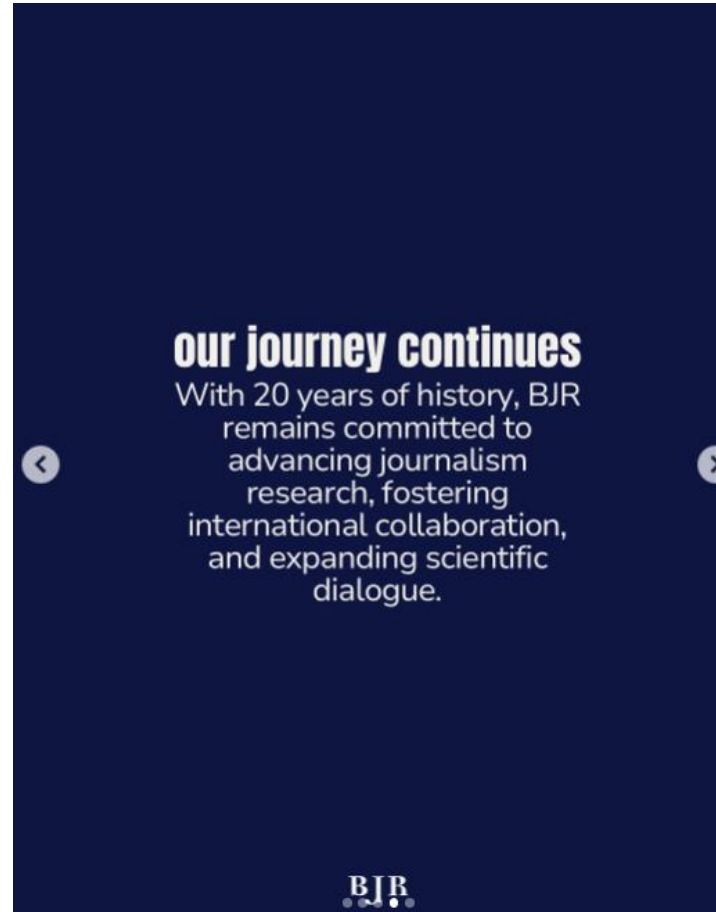
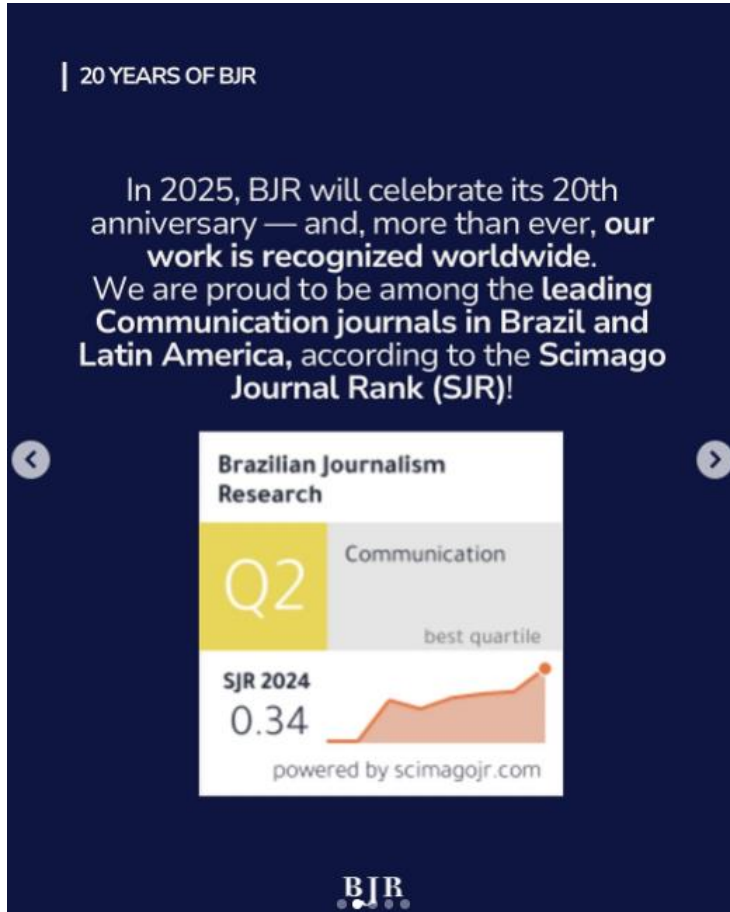
Les gusta a jornalice_ y personas más

9 de mayo

https://www.instagram.com/p/DJcsgsdPK2t/?img_index=13

Instagram Carrusel

Tema: Noticias sobre la revista



YouTube Video

Tema: Noticias sobre la revista (actividades, ej: evento)



Fronteras Urbanas: Diálogos, Investigación e Impacto.

<https://www.youtube.com/live/ZhQOPFkRh7c>

LinkedIn Post

Tema: Noticias sobre la revista (actividades, ej: congreso)



<https://www.linkedin.com/posts/revista-de-comunicaci%C3%B3n-aplicada-index-comunicaci%C3%B3n-innovaciaejndocente-educaciaejn-transferenciadelconocimiento-activity-7326172769103015936-CME6?>

X Post

Tema: Difusión productos revista (ejemplo podcast)



<https://x.com/IndexComu/status/1917489096550932591>

X Post

Tema: Difusión productos revista (ejemplo podcast)



<https://x.com/CuadernosInfo/status/1971304402570051638>

LinkedIn Post

Tema: Difusión productos revista
(ej. invitación webinar YouTube)

Revista Mediterránea de Comunicación 1,083 followers
3mo • 🌐

✨ Te invitamos al webinar [#HorizonteMediterránea15](#). Un encuentro en torno al monográfico "Culturas digitales: hibridaciones e intersecciones entre las artes, las ciencias sociales y sus formatos", que se publicará en el próximo Vol. 16, núm. 2 de [Revista Mediterránea de Comunicación](#).

📅 7 de julio
🕒 16:00 a 17:15 h (Madrid, GMT+1)
🗣 Presenta: [Victoria Tur-Viñes](#)

Será un excelente espacio para reflexionar, compartir y conectar. ¡Te esperamos! 💬

👁 Insíbete ya en: <https://lnkd.in/dvSnaXR7> ✓

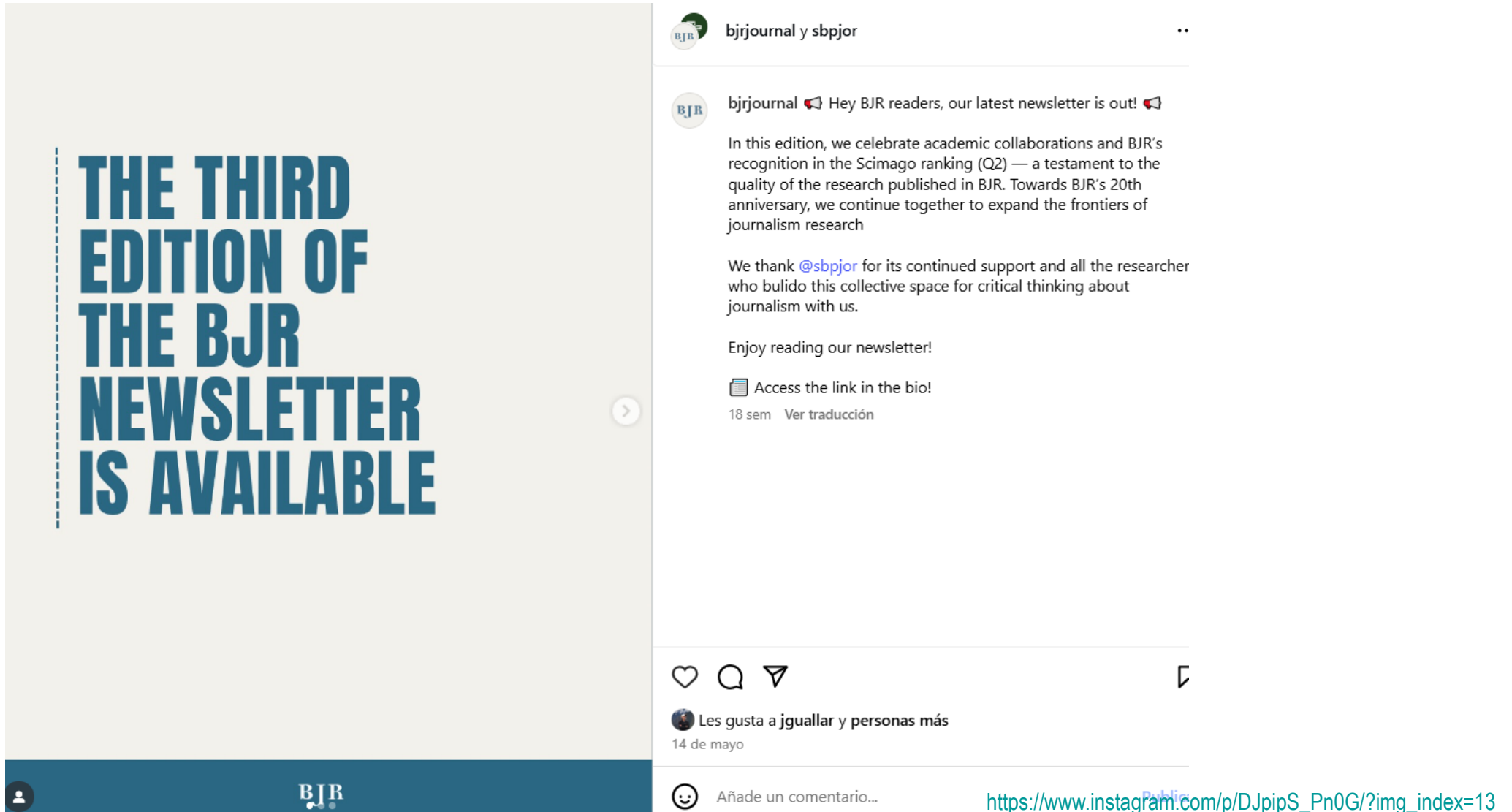
Show translation



https://www.linkedin.com/posts/revista-mediterranea-de-comunicacion_horizontemediterraernea15-activity-7342914388263120896-N2HY?

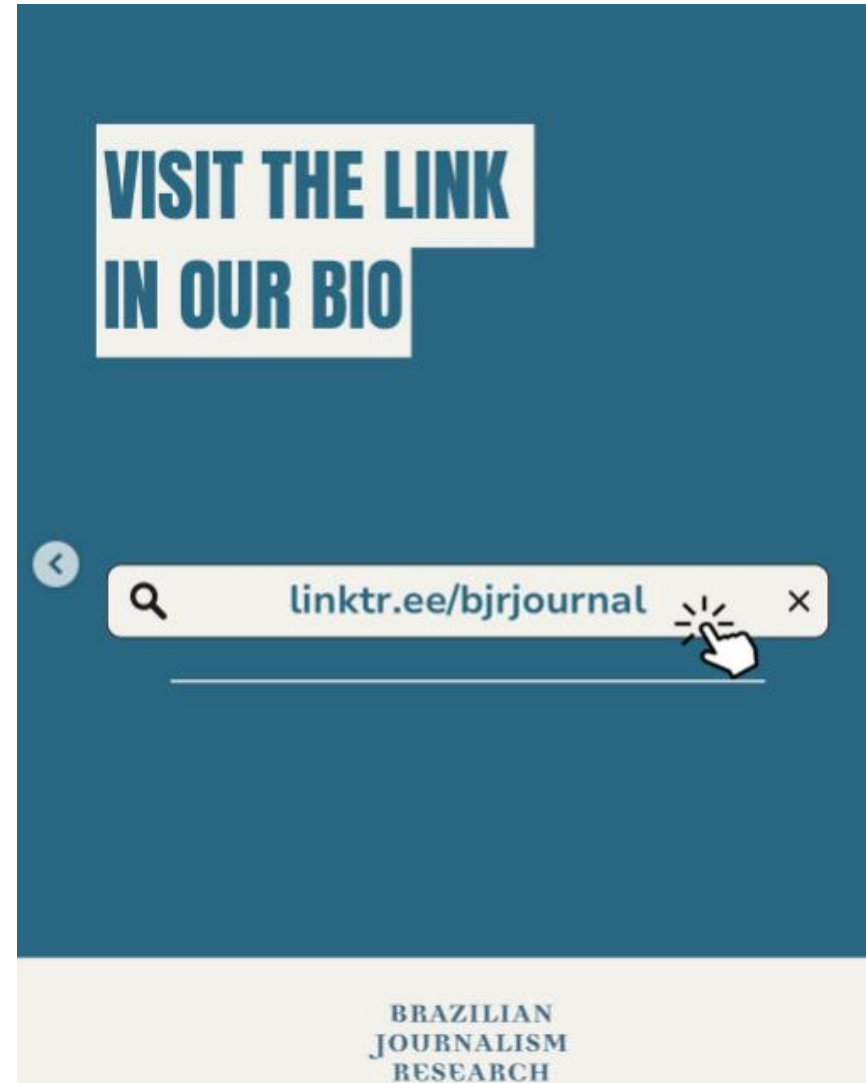
Instagram Carrusel

Tema: Difusión productos revista (ejemplo newsletter)



Instagram Carrusel

Tema: Difusión productos revista (ejemplo newsletter)



Temáticas más frecuentes en las redes sociales de revistas científicas

1. Artículo publicado recientemente

Temática mayoritaria con diferencia

2. Número (o volumen) publicado recientemente

3. Call for papers futuros números

4. Artículos y números anteriores

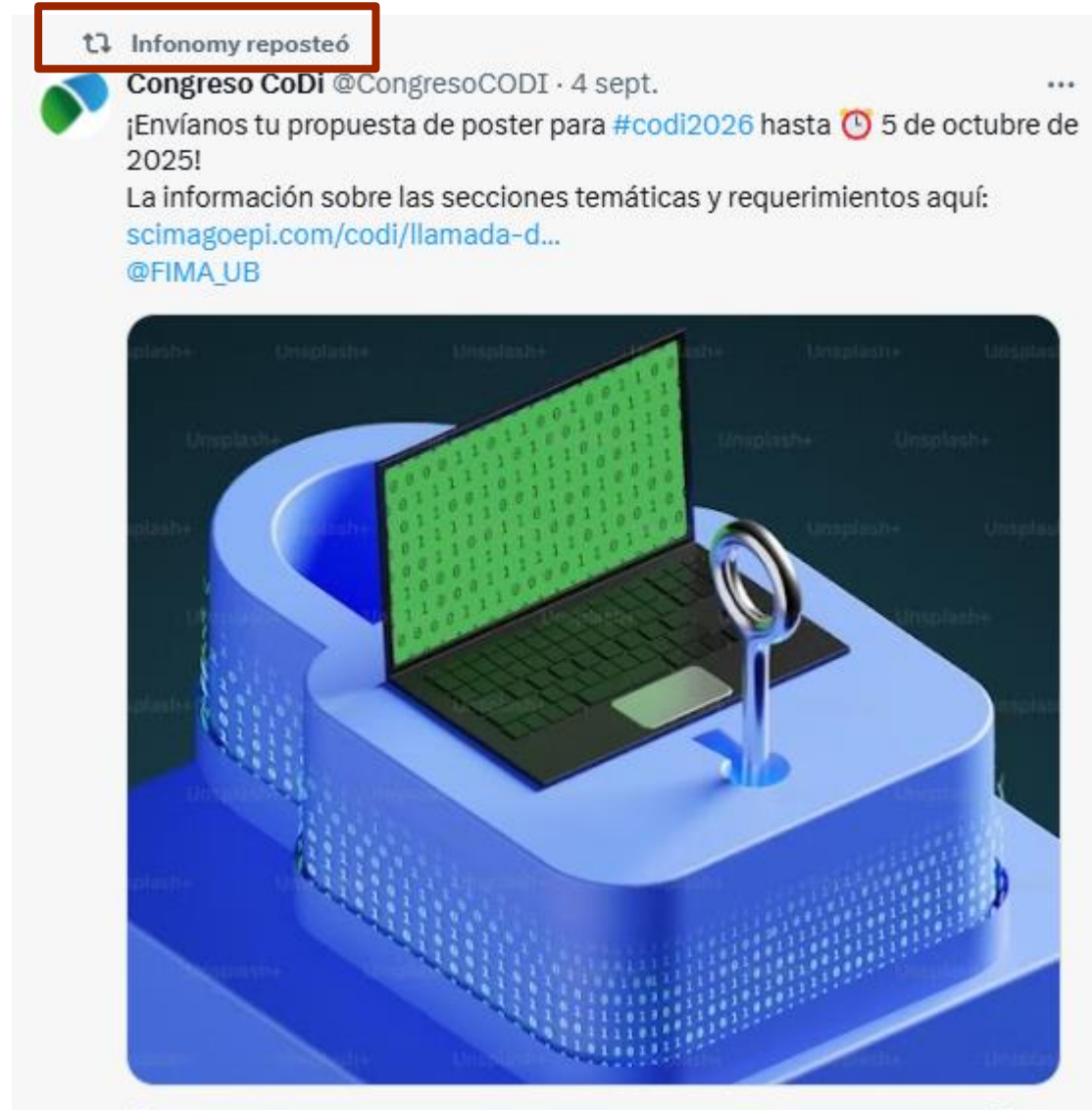
5. Información diversa sobre la revista (información práctica, actividades, publicaciones en otros canales...)

6. Información diversa externa a la revista (actualidad temática...)

X Post

Tema: Noticias externas
(ejemplo: congreso)

Republicar →



<https://x.com/CongresoCODI/status/196349871733336381>

X Post

Tema: Noticias externas
(ejemplo: eventos)

Republicar →



Recomendaciones de estrategia 2025 para revistas

1. Establecer una **Estrategia de Presencia** en medios sociales **Alta, Media o Baja**:
Decidir el tipo de presencia en función de **objetivos y recursos disponibles**

Ej: REDC Presencia **Baja** (1)

Redes Sociales



Trípodos **Media** (3)

SOCIAL MEDIA



Mediterránea **Alta** (9)

Redes sociales

Síguenos en:



Recomendaciones de estrategia 2025 para revistas

2. Recomendaciones de **Medios Sociales 2025**:

Revista con presencia **Baja**: Priorizar las redes sociales de formatos clásicos de texto corto:

X o LinkedIn

Media: Añadir a lo anterior redes con más presencia visual:

X, Instagram, LinkedIn

Alta: Añadir a lo anterior las plataformas multimedia:

X, Instagram, LinkedIn, Facebook, YouTube, Spotify

Recomendaciones de estrategia 2025 para revistas

3. Recomendaciones de **Formatos 2025**:

Nivel **básico**:

Formato clásico de **texto corto con enlace**

Nivel **medio**:

Añadir a lo anterior: posts con **más presencia visual (foto, infografía)** y potenciar **carruseles** y hilos

Nivel **avanzado**:

Añadir a lo anterior: formatos **multimedia (audio, video)**

Recomendaciones de estrategia 2025 para revistas

4. Recomendaciones de **Técnicas 2025**

- a) **Evitar** dar solo la **información básica** (republicar o extractar)
- b) Preparar y **trabajar a fondo** la manera de realizar **resúmenes atractivos**
- c) **Potenciar** los **comentarios y valoraciones** de autores y editores
- d) **Ocasionalmente citar extractos** significativos

Recomendaciones de estrategia 2025 para revistas

5. Recomendaciones de **Temáticas 2025**

- a) Priorizar dar **información completa y rápida de cada artículo** y cada número recién publicado (evitar decir solo “Se ha publicado...”)
- b) **Rescatar artículos del pasado** para darles nueva vida
- c) **Call for papers más atractivos** y completos
- d) Más posts variados sobre la revista para **humanizarla**, darla a conocer y promover **conexión con la comunidad**
- e) No olvidar la **información externa** a la revista

Referencias

Arroyo-Vázquez, N. (2023). Buenas prácticas de revistas científicas en redes sociales. Jornada Inter-CRECS, Madrid, 19 septiembre 2023.

<http://eprints.rclis.org/44855/>

Artigas, W., & Guallar, J. (2022). Curación de contenidos científicos en medios sociales de revistas Iberoamericanas de Comunicación. Revista de Comunicación, 21(2), 15–32.

<https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A1>

Artigas, W., Cascón-Katchadourian, J., & Guallar, J. (2025). Curación de contenidos en redes sociales de revistas científicas. Tendencias y buenas prácticas. En J. Guallar, M. Váñez, & A. Ventura-Cisquella (Coords). Comunicación digital. Tendencias y buenas prácticas (pp. 39-50). Ediciones Profesionales de la Información.

<https://doi.org/10.3145/cuvicom.04.esp>

Cascón-Katchadourian, J., Artigas, W., & Guallar, J. (2023). Curación de contenidos en las redes sociales de revistas de información y documentación de Iberoamérica. BiD: textos universitarios de biblioteconomía i documentació, 51 (diciembre).

<https://doi.org/10.1344/BID2023.51.05>

Cascón-Katchadourian, J., Artigas, W., Arroyo-Machado, W., & Guallar, J. (2024). Uso de las redes sociales por las revistas de alto impacto de Comunicación y Ciencias de la información. Revista Mediterránea de Comunicación, 15(1), 19–38.

<https://doi.org/10.14198/MEDCOM.25487>

Cascón-Katchadourian, J., Guallar, J., & Artigas, W. (2025). Social media analysis of high-impact Information and Communication journals: Adoption, use, and content curation. Publications, 13(1). <https://doi.org/10.3390/publications13010005>

Guallar, J. (2019). Estrategia en medios sociales para revistas científicas. X Conferencia internacional sobre revistas científicas CRECS, Guadalajara (México), 22-24 octubre 2019.

<http://eprints.rclis.org/39251/>

Guallar, J. (2024). 25 recomendaciones para revistas científicas en redes sociales. XIII Congreso Internacional sobre Revistas Científicas CRECS, Arequipa (Perú), 10 mayo 2024.

<http://eprints.rclis.org/45758>



Universidad de Tarapacá



UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
METROPOLITANA
del Estado de Chile

Universidad Tecnológica
Metropolitana



Ediciones Profesionales de la
Información

15° CRECS 2025

¡Muchas Gracias!

Javier Guallar

jguallar@ub.edu / [@jguallar](https://www.instagram.com/jguallar) / <https://jguallar.substack.com/>

Facultad de Información y Medios Audiovisuales, Universitat de Barcelona, España
15º Congreso Internacional sobre Revistas Científicas CRECS, Santiago de Chile, 8-10 Octubre 2025