



Twitter: ¿el nuevo PubMed?

Twitter: the new PubMed?

Twitter es una red social tipo *microblogging* que se basa en la generación de mensajes o tuits limitados a 140 caracteres que pueden ir acompañados de enlaces y fotografías. Desde 2006, esta red ha ido creciendo, acumulando más de 300 millones de usuarios activos, que tuitean 65 millones de mensajes al día y vehiculan más de 800.000 peticiones de búsqueda en esas 24 horas (1). En esta inmediatez y brevedad reside su éxito. Se trata de una gran plataforma de comunicación que conecta a emisor y receptor y los agrupa según sus intereses. Cada tema o *topic* se identifica con una o varias palabras clave, lo que se denomina *#hashtag* y posibilita seguir el ritmo de la conversación tanto en directo como en diferido.

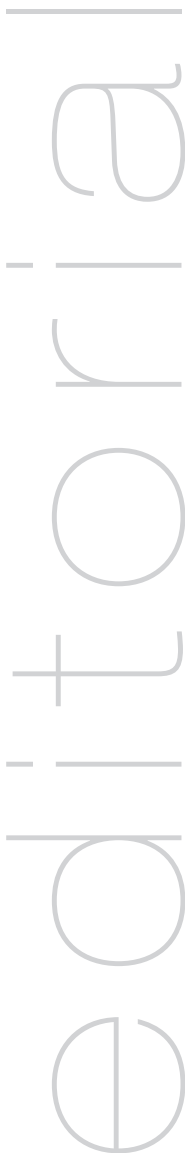
Entre las ventajas que supone ser un médico con un perfil profesional en Twitter se encuentran el potenciar la marca personal, el contacto con pacientes propios y ajenos, contar con una vía de actualización científica, conectar con otros profesionales con los mismos intereses y aportar un valor añadido a la información sanitaria que circula en esta red. No hay que olvidar que la web social es una prolongación de nosotros mismos y si decidimos usar Twitter desde el punto de vista profesional debemos regirnos por los mismos principios que en nuestro ejercicio diario de la profesión (2).

Una de las cosas que hacen más atractiva a Twitter para los profesionales sanitarios es su vertiente científica. Posibilita estar al día de los últimos avances publicados, así como seguir congresos o cursos relevantes a los que no se ha podido asistir o compartir información con otros colegas. Pero la red del pajarito, llamada así por su logotipo y filosofía no solo permite análisis de contenido, sino también de vigilancia epidemiológica (por ejemplo, los casos de gripe) o el grado de *engagement*, es decir, las interacciones que recibe un determinado tuit (3). Pero no solo eso, también podemos obtener datos sobre la fecha de publicación de los tuits, datos de los perfiles de usuarios, la forma de acceder a la red, así como ver la discusión que generan diversos temas o la financiación de determinadas publicaciones (4).

Este potencial es la base de la metodología del artículo de Rodríguez-Martín y cols. que se publica en este número de la revista *Nutrición Hospitalaria* (5). Basándose en una búsqueda de *#hashtags*, tanto en inglés como en castellano, sobre las costumbres y creencias en cuanto al consumo de hidratos de carbono en deportistas *amateurs* han analizado los aspectos socioculturales de este patrón alimentario. Sus hallazgos no solo ponen de relieve la importancia del uso de herramientas digitales en investigación, sino también que las políticas de salud pública deben tomar el pulso a las redes para orientar sus recursos.

Twitter es un escaparate donde conseguir e intercambiar información. Prácticamente todas las revistas de mayor impacto o las sociedades que las avalan tienen cuenta en Twitter, lo cual nos posibilita seguir en tiempo real sus publicaciones a la vez que estas aumentan su visibilidad. Entre ellas podemos encontrar *Nature* (@Naturenews), *New England of Medicine* (@NEJM), *The Lancet* (@TheLancet), Sociedad Española de Endocrinología y Nutrición (@sociedadSEEN), Sociedad Española para el Estudio de la Obesidad (@SociedadSeedo), Sociedad Española de Nutrición Parenteral y Enteral (@SENPE_) o American Society of Parenteral and Enteral Nutrition (@ASPENWEB). Las publicaciones pueden compartirse y comentarse en tiempo real, favoreciendo la interacción.

Una vez que el mundo digital ha irrumpido también en el mundo científico, índices como el factor de impacto o el índice H no reflejan el impacto digital de un trabajo. Es así como surge el concepto de "Altmetrics" que engloba una serie de indicadores que catalogan la impronta digital de un trabajo (6). Este índice podemos encontrarlo en



cada vez más revistas, junto con el número de descargas de un artículo o las veces que ha sido citado. Es una forma de medir la reputación del trabajo de un investigador o su equipo, en forma de visibilidad en servidores de noticias, blogs o las veces que se ha compartido en redes sociales.

Los clásicos aún no ven con buenos ojos esta irrupción 2.0 en los índices de impacto. Sin embargo los estudios dan la razón a lo digital. En los últimos años se han venido publicando trabajos en diferentes especialidades de la Medicina en los que queda más que patente la relación entre lo que se tuitea un artículo y las citaciones que después va a conseguir (7-9). De hecho, en un reciente trabajo (10) ponen cifras a estos datos, y es que, un artículo muy tuiteado en los 3 primeros días de su publicación supone una probabilidad de ser citado once veces superior a aquellos no tuiteados o poco compartidos.

Otra de las posibilidades de Twitter en el mundo científico es la constitución de los *Journal Clubs*. Estos son reuniones virtuales auspiciadas por una revista o sociedad científica, en la que personas de todo el mundo interesadas en el tema, comparten información y opiniones sobre el diseño, resultados y aplicaciones de un determinado trabajo. Este se suele compartir de forma gratuita y se invita a los autores del trabajo al debate, con un horizonte temporal de 24-48 horas para cubrir todos los husos horarios.

A la luz de estas evidencias es imposible no rendirse ante el potencial científico que nos brinda esta red social. El trabajo de Rodríguez-Martín y cols. (5) es un claro ejemplo de ello, se muestra cómo a través del análisis de la conversación en Twitter es posible elaborar un perfil de la información que se comparte, en este caso concreto sobre la carbofobia, ver cómo interaccionan los usuarios y reflexionar sobre el significado de sus comportamientos y creencias. Por tanto, Twitter es una fuente a tener en cuenta para todos los investigadores de Ciencias de la Salud que está en proceso de crecimiento, pero en la que aún tenemos que consensuar las herramientas para obtener todo su potencial.

Cristina Tejera Pérez (@cristinatejerap) y Diego Bellido Guerrero (@DiegoBellido2)
Servicio de Endocrinología y Nutrición. Complejo Hospitalario Universitario de Ferrol. Ferrol, La Coruña

Bibliografía

1. Company I About [Internet]. Twitter About. [cited 2017 Jan 9]. Available from: <https://about.twitter.com/company>
2. Chudleigh M, Jones R. How to set up and use a Twitter account professionally. *Nurs Stand* 2016;31(10):40-3.
3. Sinnenberg L, Buttenheim AM, Padrez K, Mancheno C, Ungar L, Merchant RM. Twitter as a Tool for Health Research: A Systematic Review. *Am J Public Health* 2017;107(1):143.
4. Sinnenberg L, DiSilvestro CL, Mancheno C, Dailey K, Tufts C, Buttenheim AM, et al. Twitter as a Potential Data Source for Cardiovascular Disease Research. *JAMA Cardiol* 2016;1(9):1032-6.
5. Rodríguez-Martín B, Castillo Sarmiento CA. Hidratos de carbono y práctica deportiva: una etnografía virtual en Twitter. *Nutr Hosp* 2017;34(1):144-53.
6. Priem J, Groth P, Taraborelli D. The altmetrics collection. *PloS One* 2012;7(11):e48753.
7. Eysenbach G. Can tweets predict citations? Metrics of social impact based on Twitter and correlation with traditional metrics of scientific impact. *J Med Internet Res* 2011;13(4):e123.
8. Nason GJ, O'Kelly F, Kelly ME, Phelan N, Manecksha RP, Lawrentschuk N, et al. The emerging use of Twitter by urological journals. *BJU Int* 2015;115(3):486-90.
9. Thelwall M, Haustein S, Larivière V, Sugimoto CR. Do altmetrics work? Twitter and ten other social web services. *PloS One* 2013;8(5):e64841.
10. Redfern J, Ingles J, Neubeck L, Johnston S, Semsarian C. Tweeting our way to cardiovascular health. *J Am Coll Cardiol* 2013;61(15):1657-8.