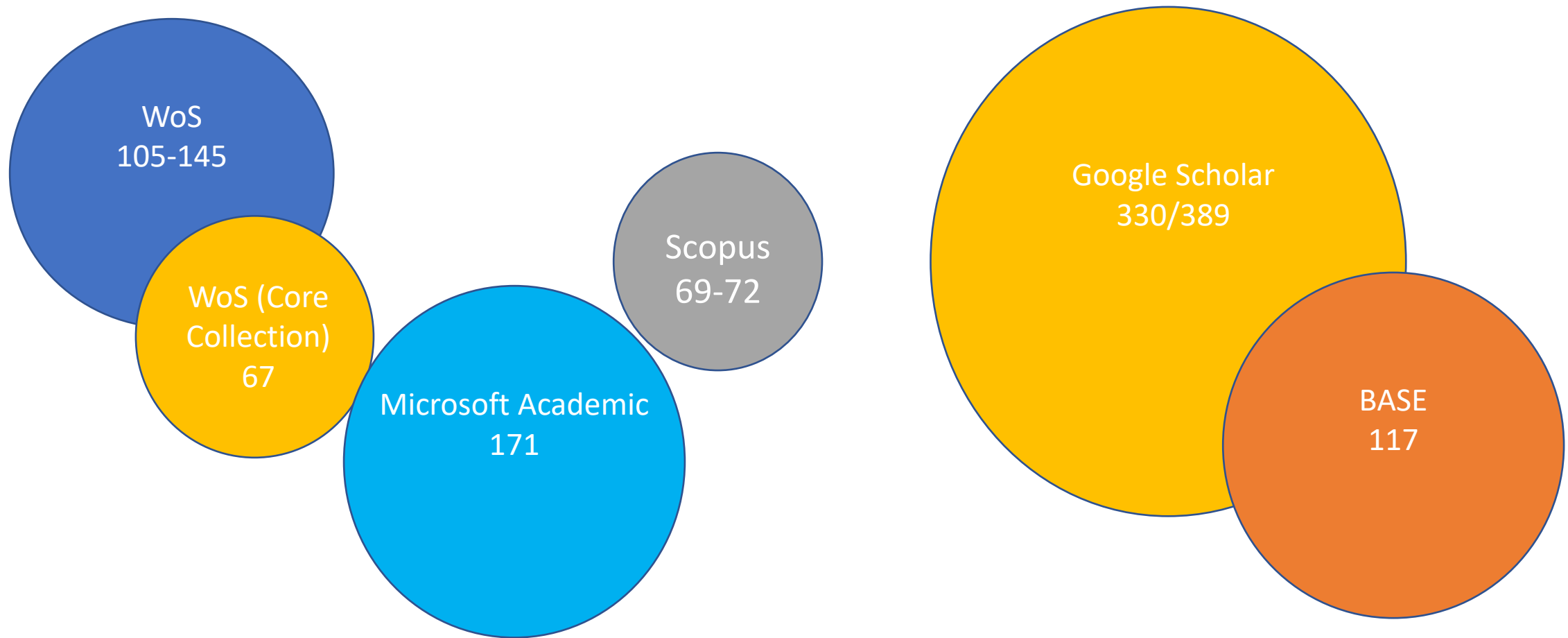


# Recomendaciones editoriales para mejorar la visibilidad y el posicionamiento de contenidos

Un análisis superficial de las revistas españolas en el Journal Citation  
Reports (SSCI)

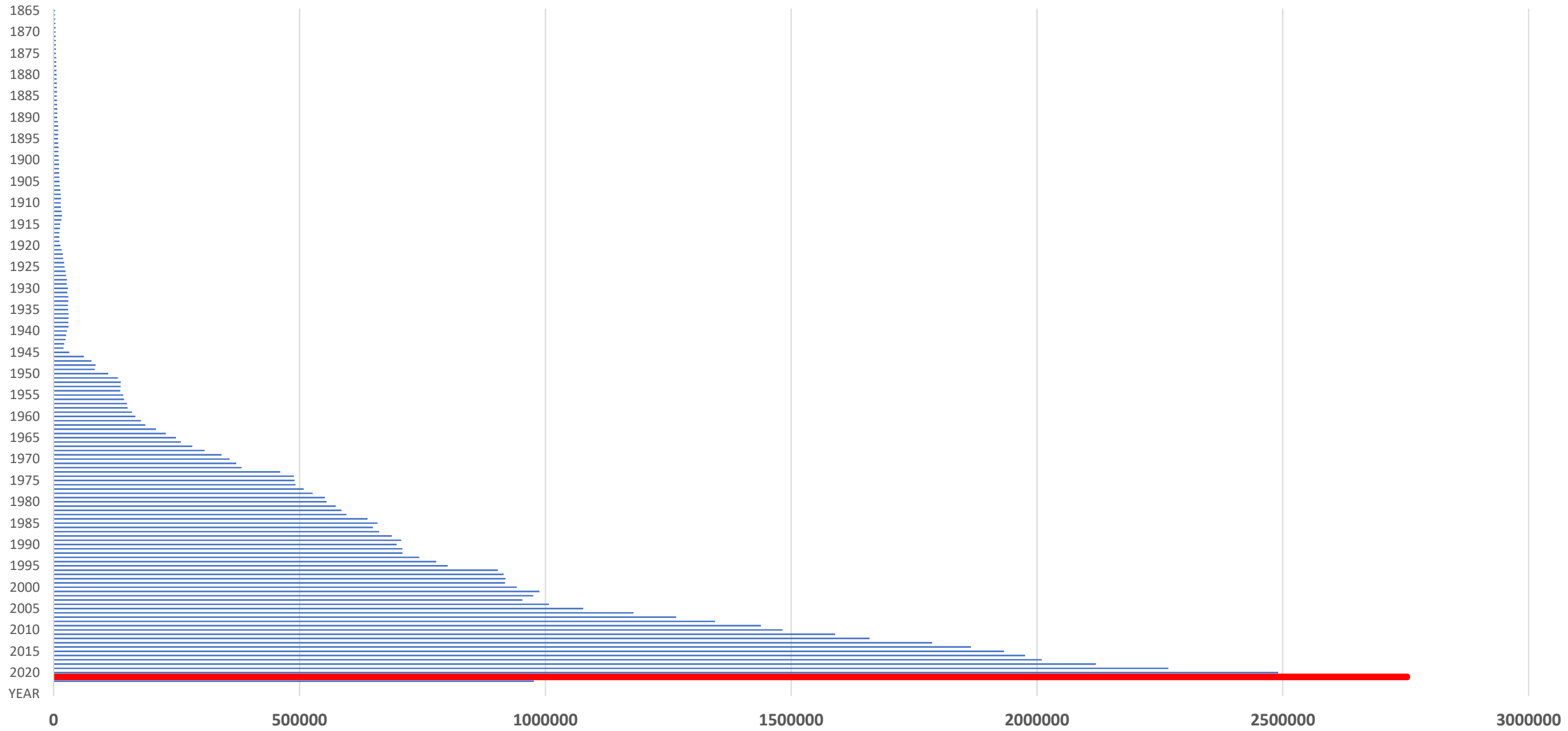
Ángel M. Delgado-Vázquez



## Tamaño de las bases de datos y motores de búsqueda multidisciplinarios

Gusenbauer, M. (2019). Google Scholar to overshadow them all? Comparing the sizes of 12 academic search engines and bibliographic databases. *Scientometrics*, 118(1), 177-214. <https://doi.org/10.1007/s11192-018-2958-5>

# Número de artículos por año en Scopus



DOCTYPE (ar) AND SRCTYPE (j)

60,427,288 results

# Recomendaciones para la mejora de la visibilidad y el ASEO

## Antes de publicar

- Títulos
- Resúmenes
- Palabras clave
- Identificadores persistentes
- Metadatos

## Después de publicar

- Disponibilidad del texto completo
- Perfiles
- Medios sociales
- Otros formatos

# Recomendaciones de las “grandes editoriales”

## Antes de publicar

- ~~Títulos~~
- ~~Resúmenes~~
- ~~Palabras clave~~
- ~~Identificadores~~
- ~~Metadatos~~

## Después de publicar

- Disponibilidad del texto completo
- **Perfiles**
- **Medios sociales**
- **Otros formatos**

## Research impact

### About this topic

Research impact is an important topic in the research world. Use this guide to understand what impact means for you and your work, how to measure it, and get tips on sharing your article to increase its impact once it has been published.

## What is impact?

# Promote your work

Read our advice on increasing the impact and visibility of your publication

## How to promote your work

We use our global networks and advanced technology to optimise the reach of your journal article, book, book series or case study. But when it comes to getting your work seen, read, used and cited, you can play a crucial role. After all, no-one is better placed to explain the results than the author. We've drawn together some top tips to get you started.

### Journal authors

#### How to publish? – Step by step

- Before you start
- Preparation
- Submission
- Production
- Publication
- After publication

- Editorial policies
- Journal author tutorials
- Open access tutorial
- Open access publishing

## After publication

- Citation Alert
- Article-level metrics
- Marketing to worldwide audiences
- Getting a book discount
- SpringerLink: online access to my published article

### Citation Alert

Your article makes an impact. Now we'll tell you about it!

Thanks to the information we receive from Crossref.org, an article's corresponding



- How to Get Published Resources
- Manuscript Submission Guidelines
- SAGE Author Services
- Your Paper and Peer Review
- Plain Language Summaries
- Advance a SAGE preprints community
- On Acceptance and Publication
- Help Readers Find Your Article
- Promote Your Article
- Research Data Sharing Policies
- ORCID

## Promote Your Article

Do you want to promote your article, drive downloads and increase citations? The following helpful tips will steer you in the right direction.

- [Video: Promote Your Article](#)
- [Social Media](#)
- [Blogging](#)
- [Press Releases](#)
- [The Conversation](#)

### Using Social Media

Increasingly, a variety of different online platforms are being used as places to discover, and engage with, research. With 350,000 tweets being produced every minute and over two billion people on Facebook consuming 500 years of video every day, online social platforms are an incredibly powerful tool to get your research seen and heard.

For ideas on how you can use social media tools to help promote your article and enhance discoverability please read our guides below.

- [SOCIAL MEDIA GUIDE](#)
- [TWITTER GUIDELINES](#)
- [USING FACEBOOK](#)

We've also joined forces with social media expert Mark Cartigan to provide [this free social media toolkit](#) with advice, tips and discussion on how to use social media for academic



## Sharing and promoting your article

Sharing and promoting your article form an important part of research, in terms of fostering the exchange of scientific information in your field and allowing your paper to contribute to wider scientific progress.

In addition, bringing your research and accomplishments to the attention of a broader audience also makes you more visible in your field. This helps you to get more citations, enabling you to cultivate a stronger reputation, promote your research and move forward in your career. This page describes how you can share your article responsibly and offers advice to help you promote it widely.

- Author Resources
- Journal Authors
  - Find a Journal
  - Prepare
  - Submission & Peer Review
  - Licensing
  - Open Access
  - Publication
- Promotion
  - Cover Images
  - Article Share

- Find Journal
- Prepare
- Submission & Peer Review
- Licensing
- Open Access
- Publication
- Promotion

## Your Promotion Guide

### Best practice recommendations for your article promotion

Promoting your work is challenging. That's why we created these best-practice recommendations to help you boost your article's impact.

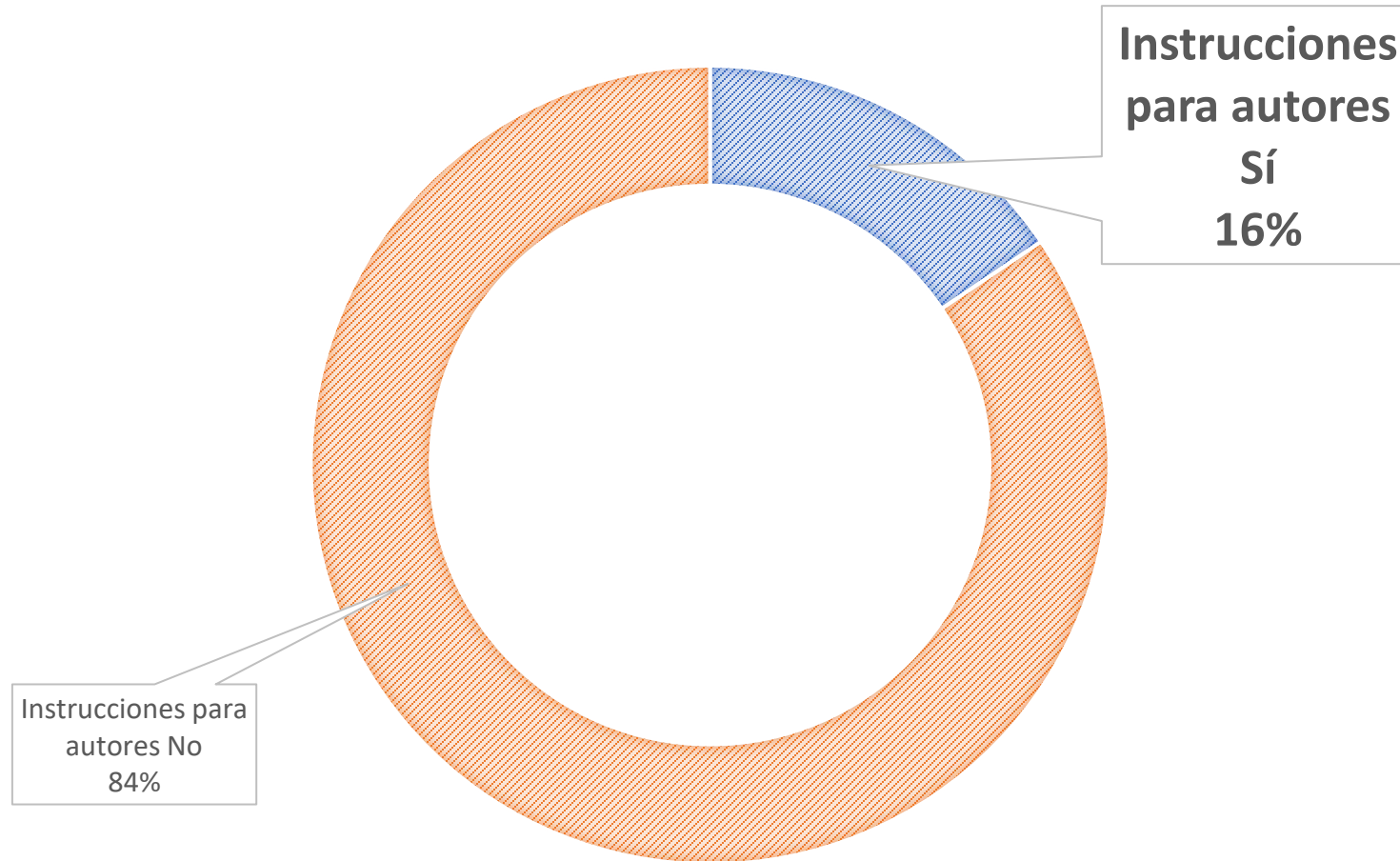
#### Recommendation 1 – Set yourself up for success

Register for an ORCID ID to get a unique and persistent identifier that distinguishes you from every other researcher and connects you to your research activities, so you always get the credit for your work.

- More about ORCID IDs
  - [Discover yourself with ORCID](#)
  - [Infographic: What is ORCID?](#)
  - [Why You Need an ORCID ID Now](#)

**Promotional Toolkit**  
Download our roadmap to help increase the impact of your article.

# Las revistas españolas...



The screenshot shows the top section of the AIBR website. On the left, there is a logo for AIBR with the website address www.aibr.org. Below the logo is a button for 'Suscripción a la revista (gratis)'. A vertical menu on the left lists 'Congreso 2022', 'Congresos AIBR', and 'La Asociación'. The main header area contains the text 'AIBR, Antropólogos Iberoamericanos en Red' and 'AIBR, Network of Iberoamerican Anthropologists'. Below this is a search bar with a 'Buscar' button and social media icons for Facebook, LinkedIn, and Twitter. A banner for the '8º Congreso Internacional de Antropología AIBR' is visible, featuring the title 'CREANDO LEGADOS' and the location 'Salamanca (España)' with dates '12-15 julio, 2022'. At the bottom of the header, there is a link to 'Artículos de antropología y ciencias sociales. Errores frecuentes y consejos'.

10. El título es largo, tedioso, contiene tecnicismos innecesarios y apenas despierta interés en el lector para leer el texto. El título será lo que determine si un lector leerá o no su texto. Es recomendable que el título comunique un mensaje claro y sólido. El título no tiene que resumir un artículo, ya que hay otro apartado más extenso en el manuscrito para tal propósito. Recomendamos evitar expresiones de incertidumbre precedidas de artículos indefinidos, tales como "Una aproximación a...", "Una visión sobre...". En el texto también deben evitarse expresiones como "a nivel micro", "a nivel macro", ya que se trata de prefijos, no de términos específicos.



## **MARCACIÓN Y CODIFICACIÓN DEL TEXTO.**

**Esta parte de las Normas está dirigida a los miembros de la Redacción, aunque se agradecerá a los autores que también las respeten.**

Título principal:

**Este es el título mejor largo pues largo tiene más posibilidades de ser encontrado.**

**No va punto al final**

Más que "corto" o "largo" lo importante del título de un artículo interesa que no tenga palabras vacías. Así por ejemplo no hace falta poner "Estudio sobre...", "Análisis de...". Piénsese que el título es muy importante, y será determinante para que los posibles futuros lectores del artículo lo encuentren.

- **Condiciones de auto-archivo del post-print:** Se permite a los autores la reutilización de los trabajos publicados, es decir, se puede archivar el post-print (versión final PDF del editor), con fines no comerciales, recomendándose encarecidamente a los autores su depósito en:

- Redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn...).
- Repositorio institucional de su Universidad y repositorios públicos (Mendeley, Cosis...).
- Redes sociales científicas (ResearchGate, Academia.edu, Kudos...).
- Web personal o institucional, blog, etc.
- Google Scholar, ORCID, ResearchID, ScopusID, ...

## NUNCA GENERES UN NUEVO DOI DE UN ARTÍCULO PUBLICADO EN BAGE

¿Por qué no depositar un nuevo PDF o generar un nuevo DOI? Básicamente, estarás creando una (o varias) contabilidades de citas que te perjudicará cuando tengas que calcular el impacto.

Una vez disponible en línea el documento, desde el equipo editorial del BAGE te RECOMENDAMOS:

1. Aunque el [BAGE](#) está indexado por numerosas bases de datos e incluso por los principales motores de búsqueda como [Google Scholar](#), te recomendamos depositar el artículo en el repositorio de tu institución y/o en un repositorio temático relacionado con la materia de tu artículo, por ejemplo [Eartharxiv](#), [SocArxiv](#) u [otro similar](#). Si no tienes repositorio institucional y no encuentras uno temático que te satisfaga, puedes depositarlo en [Zenodo](#), el repositorio de la Comisión Europea. Con esto conseguirás hacer visible tu artículo a muchas/os más investigadoras/es.

## 7. PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DEL ARTÍCULO

Los autores se comprometen a participar en la máxima difusión de su manuscrito una vez publicado, así como de toda la revista. Se comprometen también a participar activamente en las redes sociales de la revista en la fase preprint, como en la posterior a la edición final. «Comunicar» cuenta con una sección especial «Citado por» para el seguimiento de las citas recibidas en JCR, Scopus, GSM y CrossRef. Se deben promocionar los artículos utilizando el link de la web oficial ([www.revistacomunicar.com](http://www.revistacomunicar.com) / [www.comunicarjournal.com](http://www.comunicarjournal.com)) con sus DOI, para aumentar la lectura, citación e impacto.

Antes de la publicación final, se recomienda a los autores que archiven su versión preprint en sus web personales e institucionales, en redes sociales científicas, en repositorios, en gestores bibliográficos... El preprint debe incorporar preceptivamente la siguiente mención: “Esta es la versión electrónica de un artículo aceptado para su edición en COMUNICAR [nº/año], disponible ya online en la web oficial a través de su DOI”. Una vez publicado, los autores deben explicitar: “Esta es la versión electrónica de un artículo publicado en COMUNICAR [nº/año]. La versión definitiva está disponible en la web oficial, en la fecha indicada en el preprint, a través de su DOI”.

«Comunicar» anima a los autores y a la comunidad científica a la máxima promoción y difusión de los trabajos en su versión definitiva a través de:

- 1) Su lista de contactos (mails) y redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn...).
- 2) Repositorio institucional de su Universidad y repositorios públicos (Mendeley, Cosis...).
- 3) Redes sociales científicas (ResearchGate, Academia.edu, Kudos...).
- 4) Web personal o institucional, blog, etc.
- 5) Google Scholar, ORCID, ResearchID, ScopusID, Dimensions, PlumX...
- 6) Ejemplares impresos adquiridos directamente y enviados a especialistas para su lectura y posterior citación si procede.

Para la postulación de futuros artículos de autores de «Comunicar», se tendrá presente el impacto de los trabajos anteriores, de manera que serán preferentes aquellos con citación superior a la media anual de la revista en JCR/Scopus.

## Publicación de los manuscritos

**1.** Psicothema es una revista de "**acceso abierto**". Todos los artículos serán siempre gratuitos para las personas que quieran leerlos y descargarlos. Para proporcionar este acceso abierto, Psicothema tiene una tarifa de publicación que debe ser cubierta por los/as autores/as o sus fuentes de financiación. Los gastos dependen de la extensión del trabajo. En general, el precio medio por artículo se encuentra entre 180 y 210€, resultante de una medida de 6-7 páginas por artículo, a 30€ por página maquetada.

**2.** Condiciones de autoarchivo de "**pre-print**": la prepublicación de un artículo (redacción antes de ser remitida a una publicación) puede compartirse en cualquier momento y lugar. Compartir su manuscrito prepublicado en un servidor de preprints, por ejemplo, no se considera publicación previa. Por ello, antes de la publicación final, es recomendable que los/as autores/as archiven su versión preimpresa en sus webs personales e institucionales, redes sociales científicas, repositorios, gestores bibliográficos... Una vez publicado, si el "preprint" sigue estando disponible en un repositorio, se debe especificar: "Esta es la versión electrónica de un artículo publicado en Psicothema (año). La versión final está disponible en la web oficial" y especificar la referencia completa al artículo publicado de forma destacada, incluyendo su DOI.

**3.** Condiciones de autoarchivo "**post-print**": La versión revisada de los artículos aceptados se incluirán en PDF en la página Web de Psicothema en la sección "Artículos en prensa".

**4.** Es muy recomendable que **comparta** la versión postprint (correctamente citado) o la versión definitiva del manuscrito en Redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn...), repositorios institucionales de Universidad y repositorios públicos (Mendeley, Cosis...), redes sociales científicas (ResearchGate, Academia.edu, Kudos ...), sitios web personales o institucionales, blogs, Google Scholar, ORCID, Publons, ScopusID...

¿Quién se ocupa de la mejora de los textos y los metadatos?

¿Quién se ocupa de la mejora de la visibilidad de los artículos en otros medios?

Estimados colegas:

Os informamos de que la revista EPI donde se publica vuestro artículo está ya disponible online en:

<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI>

Como ya sabéis, desde enero de 2015 EPI no se publica ya en papel.

Os adjunto ahora el pdf definitivo de vuestro texto.

Una vez más os doy las gracias en nombre de la revista *Profesional de la información* por haber publicado vuestro artículo con nosotros.

Por nuestra parte no hemos regateado esfuerzos para que quedara lo mejor posible, aportando nuestro oficio de editores en el que llevamos ya 26 años (lo cual no significa no cometer errores, por desgracia).

En segundo lugar, felicidades por conseguir publicarlo. Estudiar un asunto y luego escribir un artículo sobre el mismo siempre da mucho trabajo, y es algo que no todas las personas son capaces de hacer, y hacer bien.

Así, pues, nuestra más sincera enhorabuena.

En tercer lugar os escribimos para pedir os que no lo dejéis aquí: sería conveniente que ahora hicierais un pequeño esfuerzo más para explotar vuestro éxito, pues éste no consiste solamente en publicar sino también en:

- difundir los conocimientos que plasmasteis en el artículo entre la comunidad profesional para el progreso de la ciencia;
- que se os conozca (más) como autores y expertos en vuestra materia.

EPI ya es una plataforma de difusión bastante buena, pero vosotros como autores tenéis a vuestra mano un canal muy privilegiado: informar a vuestros colegas del artículo. Por ello os adjuntamos el pdf del mismo para que os animéis a enviarlo a todas las personas que consideréis que les puede interesar. Entre ellas, muy especialmente, están los autores que citáis en la Bibliografía del artículo, pues les daréis la satisfacción de verse citados. Al mismo tiempo les estaréis facilitando un texto de su área de interés, que posiblemente usen en un futuro trabajo suyo, con lo que a su vez quizá os podrían citar a vosotros. Eso favorecería tanto vuestro índice **h** como el factor de impacto de EPI.



¿Por qué esto no es un tema capital para los equipos editoriales?

# Ángel M. Delgado-Vázquez

 0000-0003-2461-8553

**Jefe de Servicio de Soporte al Aprendizaje y la Investigación. Biblioteca/CRAI. Prof. Asoc. Área de Biblioteconomía y Documentación. Universidad Pablo de Olavide.**



**@amdelvaz adelvaz@upo.es**

