



El profesional de la **información**

Taller

CÓMO PUBLICAR CON IMPACTO EN REVISTAS INDEXADAS

Barranquilla, miércoles, 2 de mayo 2018

Tomàs Baiget

El profesional de la información (EPI)

-1992 (26 años)

Indexada en:

- Web of Science (Soc. Sciences Citation Index)
- JCR Impact factor 2016 = 1,063
- Scopus - SJR 2016 = 0,541
- Inspec, Lista, LISA...



Homologada por el *Haut conseil d'évaluation de la recherche et de l'enseignement supérieur (Hcres)* 2014-

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com>

Anuario ThinkEPI



ThinkEPI = think tank con 60 académicos y profesionales



<http://www.thinkepi.net/anuario-thinkepi>



Colección de libros de bolsillo
El profesional de la información (Editorial UOC)

TECNOLOGÍAS DE LA WEB SEMÁNTICA	LA REVOLUCIÓN DEL LIBRO ELECTRONICO	SISTEMAS DE INFORMACION EN LA EMPRESA	INFORMACION EN EL MOVIL	ACCESO ABIERTO A LA CIENCIA	MEDICA
GESTION DE LA REPUTACION ONLINE	WIKIPEDIA DE LA A LA W	ETIQUETAR EN LA RED SOCIAL	CLUBES DE LECTURA	PLATAFORMAS SOCIALES	
DOCUMENTACION AUDIOVISUAL EN TELEVISION	GESTION DE DOCUMENTOS	EL FILM RESEARCHER	PRESERVACION DIGITAL	GESTION DE CONTENIDOS	DOCUMENTACION FOTOGRAFICA
DOCUMENTACION AUDIOVISUAL	ARCHIVOS	INTELIGENCIA EN LA TIERRA	BIBLIOTECAS ESCOLARES	MARCA CORPORATIVA	EL CONTENT CURATOR

Más información:
<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/libros.html>

Published by: **Información**

LA MEDICIÓN EN PLATAFORMAS SOCIALES
ADRIÁN SEGOVIA

e-LIS e-prints in library & information science


Welcome to e-Lis Repository

Latest additions

Search	the repository using a full range of fields	
Browse	by author & editor, subject, country, year, journal & book, conference	
Policies	Check before submitting your papers	
Help	Know more how to deposit your papers	
About us	Meet our team, and learn how and why we work in E-LIS	

exit 4384 experts | New member | Español | English
Directory of Experts in Information Handling

Omar-Fernando Cortés-Peña Update record



Exit ID: 3890
IraLIS: Cortés-Peña, Omar-Fernando More info
Institution: Corporación Universidad de la Costa - CUC
Address: Calle 58 # 55 - 66
Postal code: 8001000
City: Barranquilla
Country: Colombia
Phone: +57-5336 2207
Cell phone: +57-53 013 114 477
Fax: +57-5336 2200
E-mail: ocartes@cuc.edu.co
Personal e-mail: omarferca@gmail.com
Institution: http://www.cuc.edu.co Dirección válida
Personal descriptor: Investigación y formación en educación superior
Subject: Bibliometrics & cybermetrics; Competitive intelligence; Electronic journals; Resource evaluation & quality; Statistics information

Search in Google XML vCard
Search in Google Scholar XML
Search in Bing RDF
Search in Yahoo! similar

Documents More info
Citations
Mendeley
ResearchGate
ResearchID
LinkedIn
Academia.edu
ORCID
Google+
Facebook
Twitter

iralis International Registry for Authors:
Links to Identify Scientists

Languages
English

Menú

- Introduction
- Why IraLIS
- How it works
- Signature criteria
- Success assessment
- Who can be in IraLIS
- About us
- Bibliography
- Advisory Committee
- Opinions

Introduction

IraLIS (International Registry of Authors-Links to Identify Scientists) is a standardization system of scientific authors' signatures.

IraLIS works in 5 lines:

- To make scientific authors aware of the importance of his signature in order to be cited correctly, and to recover easily their bibliography throughout their live careers.
- To write signature's standard criteria to
 - be indexed properly in databases and
 - be distinguished from other authors with the same or similar name.
- To produce a database with all the signature variants used by each author.
- To carry out automatic literature searches using all signature variants.
- To be the authority list of the E-LIS repository authors names.

Registrar your IraLIS

Listas de correo-e

Nombre	Creación	Miembros
IweTel	1993	5.912
Incyt	2008	313
Comunicación	2017	1.825

BETA CroDoc Cronología de la Documentación Española Versión 2017

Inicio ¿Qué es CroDoc? Índices Gráficas ... Sugiere nota Bibliografía Contacto

en Título Buscar Índices

Décadas

2010- 2000- 1990- 1980- 1970- 1960- 1950- 1940- 1930- 192

2010-	2000-	1990-
2015 Marzo - Ley 1/2015, de 24 de marzo, reguladora de la Biblioteca Nacional de España (BNE) 2015 Noviembre - XII Asamblea General Anual de la CRUE - Red de Bibliotecas REBRUN 2014 Enero - Día de Bibliobús 2014 Abril - Bibliotecario Emérito de	2009 Noviembre - Estatuto de la Biblioteca Nacional de España (BNE) 2009 Diciembre - Asociación de Archiveros de Extremadura (AAE) 2008 Enero - Biblioteca Digital Hispánica - Biblioteca Nacional de España (BNE) 2007 Marzo - Hemeroteca Digital -	1999 - Sociad se integra en el Cobec 1999 - 1999-2001 - Federación Española de Sociedades de Archivística, Bibliotecología, Documentación y Museística (Fesabid) 1999 Diciembre - Asociación Profesional de Especialistas en Información (APEI)

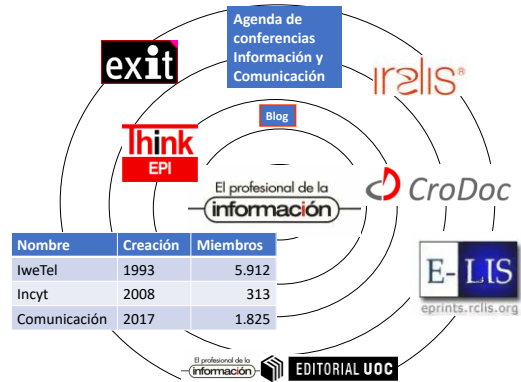
CroDoc Cronología de la Documentación Española Versión 2017

Inicio ¿Qué es CroDoc? Índices Gráficas ... Sugiere nota Bibliografía Contacto

Enfony

Ficha Más información Bibliografía

Title: Enfony
Year: 1981
Institution: Enfony
Country: Spain
Autonomous community: Catalunya
City: Barcelona
People: David Llobet; Francisco Oliver; Joan Oliver Fontanet; Joan Rip-Campanelles
Abstract: Enfony fue una empresa barcelonesa dedicada a seleccionar y retocar noticias de prensa comercial.
Content: La primera vez que vemos este nombre lo encontramos en una palabra inglesa similar a "empire" y la pronunciación "enfony", pero en una palabra catalana con la misma raíz la letra "y" que significa "lugar de los traxos". El verbo enfonyar, en catalán, significa "seleccionar o retocar algo" y es un verbo recortado. Fue así, dicho en el contexto temporal que en 1981 llegó Joan Oliver Fontanet para su empresa dedicada al tratamiento de la información.
En marzo de 1983 tenemos su actividad anunciada en Información vital en español (IWE). "Resumen de prensa comercial española en texto completo que se incorpora a la base de datos online MobyData, distribuido por el grupo editorial "Prensa Píxida (P7 Press)". Los textos estaban en catalán, salvo un pequeño resumen en inglés.
Enfony, Joan Oliver. Digital. 402. 08037 Barcelona.
http://www.eprofesionaldeinformacion.com/tema/tema/1983/tema/tema_08037_enfony_m_esp.html
http://www.eprofesionaldeinformacion.com/tema/tema/1983/diciembre/1983_diciembre_m_esp.html
Sin embargo, una meseta más tarde, en diciembre 1983, Oliver anunció que Enfony había de iniciar para FT "El departamento barcelonés para este tipo de servicios. La empresa "enfony" y la "vend" - cobraba más tarde.
Curiosidad: A partir de 1984 Oliver fue el presentador y director del programa de tele-



“Mensajes” de este taller

1. Trabajar bien

2. Presentar bien

Lo bueno merece un buen envoltorio



3. Marketing

Investigación 50% + marketing 50%

Autores y editores tenemos un objetivo común:

publicar buenos artículos que luego reciban muchas citas.

Veamos algunas cosas que pueden ayudar...

Etapas investigación-publicación

1. Definición



2. Investigación



3. Publicación



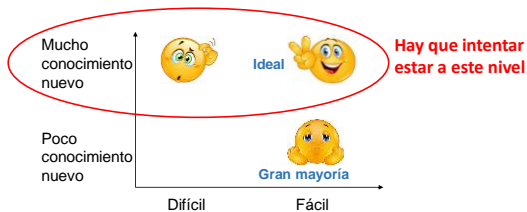
4. Promoción



1. Definición



Ideación. ¿Qué investigar?



Hay que buscar los temas de investigación con “vista”

No investigar temas facilones, que producen resultados esperados.

Algunos estudios no obtienen resultados de interés para ser publicados. Sólo sirven para llenar páginas de revistas de poco impacto. No aportan casi nada a la ciencia.

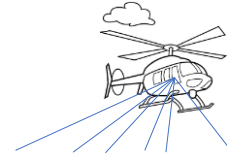


Artículos que **no** nos gustan a los editores

- Hipótesis que se prevé se confirmarán
[Aunque esto también es culpa de los editores: Difícil publicación de hipótesis refutadas y de resultados negativos (creencia general de que un resultado negativo se debió a una hipótesis equivocada)]
- Investigación “bucólica”:
Al investigador todo le sale bien, todo lo previó exactamente. Se ocultan los fallos, las dificultades, los desvíos... ¡y los costes!

- Artículos de simple corroboración (poca innovación)
- Investigaciones "cuenta cositas":
usabilidad de webs
comparación de webs
bibliometrías y cibermetrías
nº y tipo de tweets
...

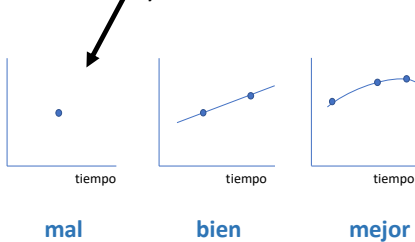
- Estudios demasiado locales:
-Encuesta a estudiantes de una universidad
-Análisis en una provincia
-Tema muy concreto o especializado



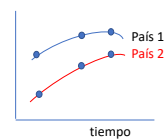
Quisiéramos más amplitud de miras:

- en territorio (p.ej., **no** sólo una universidad, **no** una ciudad...)
- hacer estudios internacionales
- mayor período de tiempo

- No sólo “fotos” de un momento, sin continuidad y sin tendencias



mucho mejor



...y en general no son interesantes los estudios que obtienen, por ejemplo, un 37,9% de SI, un 25,4% de NO, 19,6% que no sabe y un 17,1% no contesta



Vale... Pues sí... ¿Pa eso tanto rollo de encuesta?

Hay que estar al día

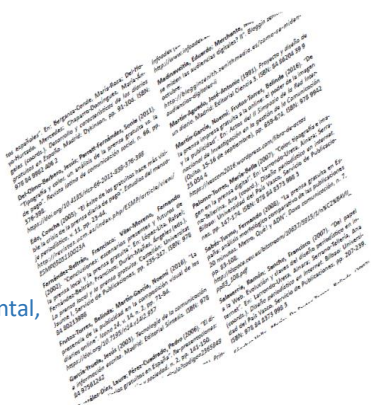
- Buscar temas nuevos que pueden tener futuro. Si somos los primeros vamos a recibir citas de trabajos posteriores.
- Asistir a congresos.
Agenda de congresos de información y comunicación:
<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/agenda.html>
- Estar suscritos a listas de correo y grupos de EUA y UK. Atentos a términos nuevos.

Favorecer la serendipidad (chiripa)

Hallar algo útil o interesante sin buscarlo expresamente



Buscando la serendipidad...



Una búsqueda bibliográfica inexacta, con "ruido" documental, puede darnos nuevas ideas

1. Ideación
2. Investigación
3. Publicación



Evaluación de los profesores

Cómo cuenta cada tipo de dedicación según los baremos de promoción actuales



Gran competitividad entre universidades

<http://www.shanghairanking.com>

Ranking	University	Academic Reputation	Alumni Awards	Peer Reviews	Publications	Research Income	Research Budget	Faculty	Students
1	Harvard University	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
2	Stanford University	74.7	42.9	74.7	42.9	74.7	42.9	74.7	42.9
3	University of California, Berkeley	70.1	65.1	70.1	65.1	70.1	65.1	70.1	65.1
4	University of Cambridge	69.6	79.3	69.6	79.3	69.6	79.3	69.6	79.3
5	Massachusetts Institute of Technology (MIT)	69.2	69.4	69.2	69.4	69.2	69.4	69.2	69.4
6	Princeton University	62.0	53.3	62.0	53.3	62.0	53.3	62.0	53.3
7	University of Oxford	58.8	49.7	58.8	49.7	58.8	49.7	58.8	49.7
8	California Institute of Technology	57.8	51.9	57.8	51.9	57.8	51.9	57.8	51.9
9	Columbia University	56.7	63.5	56.7	63.5	56.7	63.5	56.7	63.5
10	University of Chicago	54.2	58.9	54.2	58.9	54.2	58.9	54.2	58.9

Otros rankings conocidos

- ARWU
- QS (Quacquarelli Symonds)
- THE (Times higher education)
- Leiden
- Webometrics (CSIC)
- SCImago journal & country rank + SCImago institutional rankings

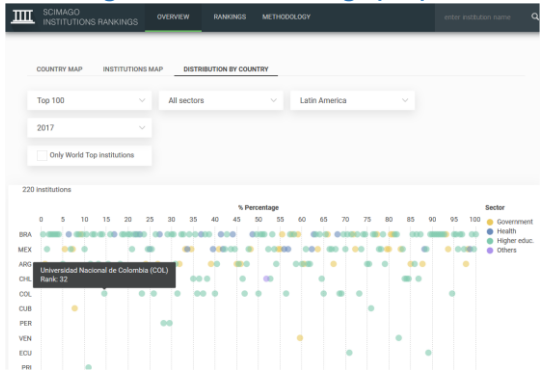
Productos comerciales para benchmarking

- InCites (Thomson Reuters → Clarivate)
- Scival (Elsevier)

Country	Documents	Citable documents	Citations	Self Citations	Citations per Document	H Index
1 Brazil	793498	715170	7857916	2301838	10.08	461
2 Mexico	298077	249164	2848613	948014	11.04	352
3 Argentina	174968	155384	2389147	480231	13.65	337
4 Chile	116283	110779	1325254	286939	13.12	291
5 Colombia	71966	68319	829134	93289	8.74	216
6 Venezuela	95778	84327	981824	45139	10.67	181
7 Cuba	33861	32388	245917	43708	7.26	145
8 Peru	17096	15881	234779	26304	14.80	179
9 Uruguay	15428	14591	235388	30044	15.26	150
10 Puerto Rico	14773	14130	303572	17779	20.53	164
11 Ecuador	10486	9865	127477	15270	12.16	126

Country	Documents	Citable documents	Citations	Self Citations	Citations per Document	H Index
1 Brazil	68908	64830	55883	17913	0.81	461
2 Mexico	21065	19584	16164	3980	0.77	352
3 Argentina	12864	11940	12089	2380	0.94	337
4 Chile	12448	11805	13969	3381	1.12	291
5 Colombia	9481	8940	7487	1493	0.79	216
6 Ecuador	2249	2146	1918	377	0.85	126
7 Peru	2228	1993	2318	328	1.13	179
8 Cuba	1695	1572	1125	151	0.66	145
9 Venezuela	1479	1389	1567	117	1.06	181
10 Uruguay	1472	1385	1231	270	0.85	150

SCImago Institutions Rankigs (SIR)



SCIMAGO INSTITUTIONS RANKINGS			
OVERVIEW		RANKINGS	METHODOLOGY
21 ranked institutions		Download data (csv)	
<input type="checkbox"/>	1 (557)	Universidad Nacional de Colombia	COL
<input type="checkbox"/>	2 (593)	Universidad de los Andes, Colombia	COL
<input type="checkbox"/>	3 (597)	Universidad de Antioquia	COL
<input type="checkbox"/>	4 (607)	Universidad del Rosario	COL
<input type="checkbox"/>	5 (613)	Universidad Industrial de Santander	COL
<input type="checkbox"/>	6 (615)	Universidad del Valle, Colombia	COL
<input type="checkbox"/>	7 (622)	Pontificia Universidad Javeriana	COL
<input type="checkbox"/>	8 (627)	Universidad El Bosque	COL
<input type="checkbox"/>	9 (629)	Universidad del Norte, Barranquilla	COL

- Los profesores son evaluados por los resultados de su investigación (= publicaciones)

"Publicar o morir"

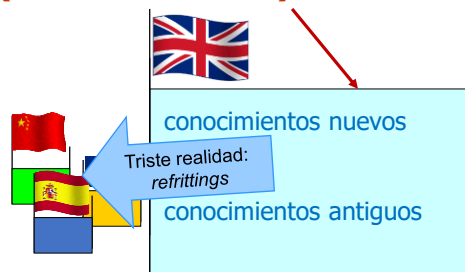
"Publish or perish"

El idioma



- Determina el área geográfica donde se tiene impacto.
- Siempre que se pueda hay que publicar en inglés porque es la lengua de la comunicación científica mundial.
- 1880 → 36% de la ciencia mundial
1980 → 65%
- Todo lo que no sea inglés sólo se puede considerar **divulgación**, nada nuevo, puesto que casi no afecta al **estado de la técnica**.

Símil del estado de la técnica (state of the art) mundial



¿Cómo publicar en inglés?

1. Pagar la traducción por un nativo (¿UK, US?)
Importante: ¡Hay que revisar la traducción!
2. Buscar un co-autor/a inglés/a

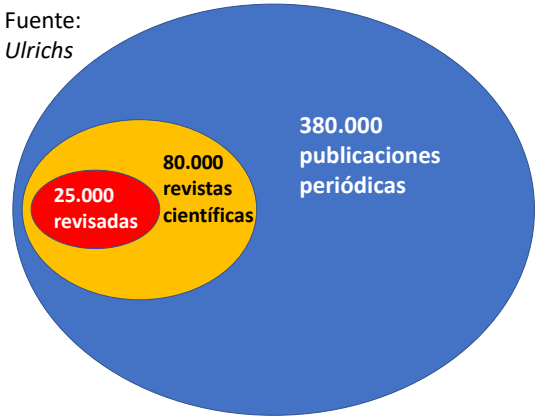
Publicar en inglés =
= valentía para salir del "parapeto" de la lengua

Revistas

Revistas científicas

Son el canal principal de comunicación en **Ciencia y tecnología**, y también en **Ciencias sociales**

Fuente: *Ulrichs*



¿Diferencia entre magazine y journal?

magazine = revista de kiosko



journal = revista científica



Metadatos de los artículos (datos sobre los datos)

Son las características descriptivas del artículo
En las bibliotecas se llama Catalogación

Partes de un artículo (I) Metadatos

Título
Title
Autor(es)
CV y Orcid
Resumen
Palabras clave
Abstract
Keywords
Cómo citarlo y DOI
Fechas recep y aprobación
Paginación y pie de página

Partes de un artículo (I) Metadatos

- Título (corto, explicativo, objetivo, atractivo)
- **Autor**
- CV, institución donde trabaja el autor y direcciones de contacto: postal, teléfono, e-mail, web personal
- Resumen (**¡muy importante!**)
- Palabras clave (si es posible de thesaurus)
- Título inglés
- Abstract (**very important!**)
- Keywords

Esto lo pone el editor

- Fecha de recepción y fecha de aceptación
- Cómo hay que citar el artículo
- DOI

Título

- Ni muy corto ni muy largo. Ideal: 40 caracteres
Poner lo importante: sin palabras vacías
- Sin interrogantes ni admirativos (posible problema con ¿ y ¡)
- Sin signos de puntuación o raros: @ # & % ~ \$
- Sincero, ajustado al contenido, sin engañar
- Austero, sin "genialidades"

Palabras clave

- Poner tantas como permita la revista
- Repetir palabras del título
- Poner sinónimos
- No poner frases:
En vez de: **Delincuencia en redes sociales**
Poner: **Delincuencia; Redes sociales**
- Preferencia por los plurales:
En vez de: **Cibermedio**
Poner: **Cibermedios**
- No olvidar poner abreviaturas conocidas; considerar además su desglose
- Buscar palabras en la propia bibliografía
- Buscar palabras en thesaurus

Digital object identifier (doi)

- Cuando un editor publica una revista mete en cada artículo un doi

10.3145/epi.2018.ene.01

↑ ↑

Identificador Identificador del artículo
de la editorial (el formato es libre)

- Y envía la lista de dois, con los correspondientes metadatos y URLs de los artículos, en formato xml a una base de datos de *Crossref*.

El resumen es importantísimo

- Máxima extensión que permita la revista
- Redacción esmerada, sin *paja*.
- Intentar que figuren todos los conceptos clave
- Poner todos los resultados que quepan

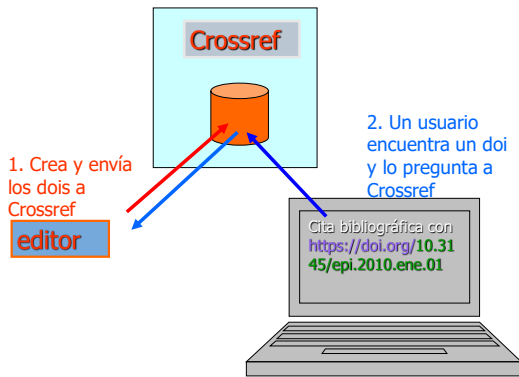
DOI (digital object identifier)

Sistema puesto en marcha por la *PILA* (*Publishers International Linking Association, Inc.*) en 1999 para posibilitar el acceso permanente a los artículos u objetos.



Lo piden y lo pagan los editores

- En *Crossref* tienen una base de datos de dois → URLs
 - Si un día cambia el URL del artículo, el editor se lo comunica a *Crossref*, y así el artículo siempre está accesible.
 - Desde 2014 es obligatorio usar el formato url
<https://doi.org/10.3145/epi.2010.ene.01>
- Nota:** Hasta 2016 se usó este formato:
<http://dx.doi.org/>
- *Google* lo halla igual y además identifica pdfs colgados en webs y repositorios

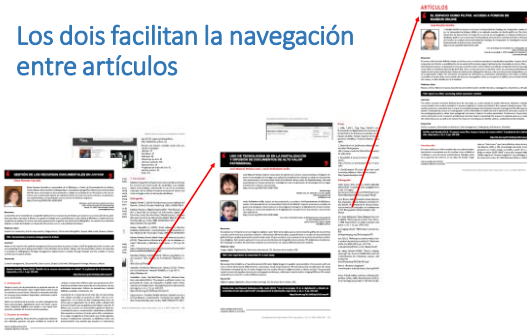


Es obligatorio poner los dois en cada referencia de la bibliografía del artículo

¿Dónde encontraremos los dois?

- Buscando en la web de la revista
- Buscando en Crossref: <https://search.crossref.org>

Los dois facilitan la navegación entre artículos



Partes de un artículo (I) Metadatos

- Título (corto, explicativo, objetivo, atractivo)
- Autor** ← nos quedó pendiente hablar del autor
- Lugar donde trabaja el autor y direcciones de contacto: postal, teléfono, e-mail, web personal
- Resumen (**¡muy importante!**)
- Palabras clave (si es posible de thesaurus)
- Título inglés
- Abstract (**very important!**)
- Keywords

Esto lo pone el editor

- Fecha de recepción y fecha de aceptación
- Cómo hay que citar el artículo
- DOI

Criterios de firma

- No usar 2 nombres ni 2 apellidos (si se usan, unirlos con un guión, como si fuera un apellido compuesto)
- No usar la conjunción “y” entre 1º y 2º apellido
- No usar la abreviatura M^a
- Los apellidos con De, Del, De la, De los... deben alfabetizarse por la D

De-Unamuno, Miguel = **ok**

Unamuno, Miguel de = **mal**

- Conservar el nombre de pila entero
(no inicial sola = creencia popular errónea)
- Se admite el 2º nombre como inicial, sin guión
José A. Merlo, Isidro F. Gómez-Pérez

IraLIS: una web para concienciar a los autores

registrarse



Presentación

Search English

IraLIS

Regístrate su IraLIS

Buscar nombres IraLIS

Trabaja en 5 líneas:

- Concienciar a los autores científicos sobre la importancia de la firma para ser citados correctamente, y para poder recuperar toda la bibliografía a lo largo de su carrera profesional
- Redactar criterios de firma normalizada para:
 - ser editados correctamente y
 - distinguir de otros autores con nombres iguales.
- Producir una base de datos con todos los variantes de firma utilizados por cada autor
- Realizar búsquedas bibliográficas automatizadas usando los variantes de firma
- Ser la autoridad de firmas del repositorio [IraLIS](https://www.iris.inist.fr/)

CIEPI

FECYT

UNIVERSITAT DE BARCELONA

Enlaces desde la ficha IralIS

E-LIS

exit

ResearcherID
 Codina, Lluís
 IralISID: ES.LIS0084 RESEARCHERID: B-1438-2008
 Nombre registrado: Lluís Codina Bonilla
 Usado For/See From: Lluís Codina Bonilla (-1989)
 Área temática ANEP: Biblioeconomía y Documentación
 Área temática JCR: INFORMATION SCIENCE & LIBRARY SCIENCE
 Fecha de alta: 26-02-2007
 ORCID ID: 0000-0001-7020-1631
 Lluís Codina
 ORCID ID
 https://orcid.org/0000-0001-7020-1631

Identificadores de autor

ISNI (International Standard Name Identifier)

entorno bibliotecario, autores de libros, músicos..., incluso autores corporativos (instituciones)

ORCID (Open Researcher and Contributor ID)

entorno investigación y documentación, autores de artículos, bases de datos

Mismo formato: 0000-0000-0000-0000

Ambas organizaciones colaboran para que no coincidan los números

... "colaboración" insuficiente para evitar que una persona tenga un ISNI diferente de Orcid

ISNI Search

ISNI Search Results
 search [and] - Any Phrase (APH) - sort by: name
 Baiget, Tomás
 ISNI: 0000 0001 3705 5265
 Name: Baiget, Tomás
 ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-0041-2660



International Standard Name Identifier (ISO 27729)

ISNI is the ISO certified global standard number for identifying the million of contributors to creative works and those active in their distribution, including researchers, inventors, writers, artists, visual creators, performers, producers, publishers, aggregators, and more. It is part of a family of international standard identifiers that includes identifiers of works, recordings, products and right holders in all repertoires, e.g. DOI, ISAN, ISBN, ISRC, ISSN, ISIC, and ISWC.

Key Statistics

- ISNI holds public records of over 9.86 million identities, including:
 - 9.15 million individuals (of which 2.86 million are researchers)
 - 714,401 organisations
- The ISNI database is a cross-domain resource with direct contributions from 45 sources, including the [National Authority for ORCID](#), an aggregation of data from major national and research libraries.

News

- YouTube
- CC0: p0
- YouTube
- Artists &
- ISNI Or
- Identify
- Scholar
- ISNI.VU
- ISNI's n
- Putting I

ISNI (International Standard Name Identifier)

International Organization for Standardization (ISO)

ISO 27729:2012

Marzo 2012

Ejemplo: <http://www.isni.org/isni/000000013705265>

Gestionado por un consorcio:

- Confédération Internationale des Sociétés d'Auteurs et Compositeurs (CISAC)
- Conference of European National Librarians (CENL)
- International Federation of Reproduction Rights Organisations (IFRRO)
- International Performers Database Association (IPDA)
- Online Computer Library Center (OCLC)
- ProQuest.



<https://orcid.org>

Orcid (Open Researcher and Contributor ID)

Octubre 2012

Convenio entre editoriales, soft de Clarivate Analytics

Ejemplo: <https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

Ya se han asignado 4.700.000 orcids

Orcid es mucho más ambicioso que un simple identificador: CV, importar bibliografías, enlace a otros ids...

ORCID
Connecting Research and Researchers

425,138 ORCID iDs and counting. See more...

Isidro Marín Gutiérrez
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4006-0106>

Biography
Profesor Asociado del departamento de Sociología y Trabajo Social en la Universidad de Huelva. Profesor Tutor en el Centro Asociado de la UNED de Huelva. Docente investigador del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL).

Education (2)

- Universidad de Granada: Granada, Andalucía, Spain (2000-01-08 to 2008-07-26) | Ph.D. (Doctor) en Antropología Social (Antropología Social)
- Universidad de Granada: Granada, Andalucía, Spain (1993-09-01 to 1999-07-01) | Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología. Especialidad en Sociología (De Sociología)

Employment (2)

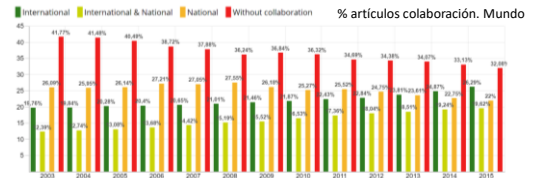
- Universidad Técnica Particular de Loja: Loja, Loja, Ecuador (2013-01-14 to present) | Docente investigador titular (Departamento de Comunicación)
- Universidad de Huelva: Huelva, Andalucía, Spain (2004-03-23 to 2014-10-01) | Profesor Asociado LOU Tipo D (Departamento de Sociología y Trabajo Social)

Conviene dejarlo todo en abierto



de la Información" (1992-); Profesor del Master Online de Ieu Fabra (2001-);
tor del "Anuario ThinkEPI"; Creador (et al.) de IraLIS

Ventaja de publicar en colaboración: más citas



Normalized Citation relative to:

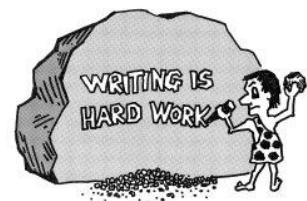
#World @Region

Fuente: SCImago



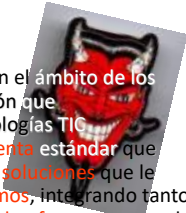
Redacción

¿Cómo hay que escribir un artículo?

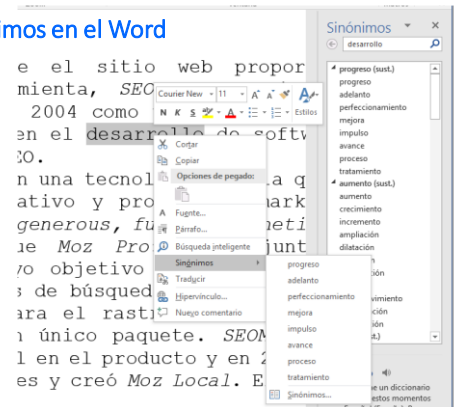


Palabras “malditas”

“El **recurso** se ha **desarrollado** en el ámbito de los nuevos sistemas de información que incluyen metodologías y tecnologías TIC actuales, usando una **herramienta** estándar que **actualmente ofrece** al **usuario** **soluciones** que le **permiten** evaluar los **mecanismos**, integrando tanto el acceso a los contenidos de la **plataforma** como todos aquellos aspectos referentes a las diferentes tipologías de **formatos**”.



Sinónimos en el Word



Sinónimos

- **Diccionarios.com**
- **WordReference.com**
- **“Sinónimos útiles para redactar artículos y proyectos de información”**
<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/documentos/sinonimos.doc>

fuentes de **carácter** internacional

//

fuentes internacionales

Identificar blogs **relacionados con el ámbito** de la Comunicación

//

Identificar blogs sobre Comunicación

vinculadas a la Psicología

//

de Psicología

Evitar	Mejor
destinadas a, orientadas a	para
relaciones que se establecen entre los	relaciones entre los
presentan un coste más bajo	son más baratas
diferentes países / diversos países	países
si las condiciones son tales que	sí
metodología, tecnología, funcionalidad	método, técnica, función
virtualidad	virtudes o ventajas
tipologías, finalidades	tipos, fines
periodificación	períodos, fases, calendario
de carácter gratuito	gratuito
proceder al envío	enviar
realizar una mención a ellos	mencionarles
puede afirmarse	(suprimible)
hay que señalar que	(suprimible)
en la actualidad / actualmente	(suprimible casi siempre)
En este sentido,	(suprimible casi siempre)
En el ámbito publicitario	En publicidad

Ejemplo de frase recargada

En 2008 se produce* también la creación de una nueva plaza que, consecuentemente, permite la incorporación de una persona encargada de ejercer las funciones de responsable de archivo y gestión documental.

//

En 2008 se creó una plaza para incorporar un responsable de archivo y gestión documental.

* Además, usar el presente histórico para algo común produce un escrito afectado

Otro ejemplo

En términos generales, aunque varía de una televisora a otra entre las analizadas (referidas en el cuadro 3), la función de la producción audiovisual es un proceso que involucra variedad de operaciones, actividades y tareas para construir la obra intelectual conocida como noticiero y que en los años recientes la función de la producción audiovisual ha alcanzado mayores niveles de sofisticación (Cummins; Chambers, 2011).

//

Un noticiero es una obra intelectual audiovisual que comprende diversas actividades, que varían de una cadena a otra (tabla 3), y que en los años recientes ha alcanzado mayores niveles de sofisticación (Cummins; Chambers, 2011).

	Mal	Bien
billion	billón (10 ¹²)	mil millones (10 ⁶)
artifact (US) artefact (UK)	artefacto	objeto, instrumento, pieza, sistema, equipo, aparato, diseño, modelo, algo
exciting	excitante	emotivo, interesante
performance	performancia	rendimiento, eficiencia, productividad, desempeño

Las comillas pueden usarse para:

-Reproducir exactamente una frase de otra persona (citas textuales)

-Dar un significado distinto, como una dispensa de un uso poco ortodoxo o especial del término.

Por ej.: ...los tweets actuaron como un "señuelo"...

Da igual usar comillas tipográficas « que normales "

Poner comillas simples ' entre comillas dobles "

Ejercicio de cálculo

Una biblioteca tiene 1.000 libros y debido a una inundación se deterioran varios de ellos. Después de revisarlos todos se obtienen estas cifras:

Física: 5% deteriorados
 Matemáticas: 20%
 Medicina: 90%
 Sociología: 20%

¿Cuál es el % total de libros deteriorados?

No se pueden hacer promedios de porcentajes ni de proporciones

Una biblioteca tiene 1.000 libros y se observa cuántos están deteriorados por materias. ¿Cuál es el porcentaje de libros deteriorados?

Materias	Nº de libros	% sobre total	Nº deteriorados	% deteriorados
Física	600	60	30	5
Matemáticas	100	10	20	20
Medicina	10	1	9	90
Sociología	290	29	58	20

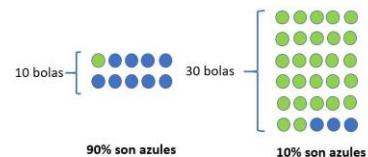
Sería erróneo calcular el % total de libros deteriorados a partir de los porcentajes parciales pues éstos corresponden a cantidades diferentes y, por tanto, tienen un peso distinto.

Erróneo: $5 + 20 + 90 + 20 = 135$

$135/4 = 33,75\%$

Correcto: $30 + 20 + 9 + 58 = 117$ $117/1000 = 0,117$ o sea, un **11,7%**

¿Qué % de bolas azules hay entre los dos grupos?



INCORRECTO

$90\% + 10\% = 100$

$100/2 = 50\%$ azules

CORRECTO

$9 + 3 = 12$ azules

$12/40$ bolas = **30%** azules

¡No se pueden hacer promedios de porcentajes ni promedios de promedios!

Partes de un artículo (II) Secciones clásicas

IMRYD

1. Introducción
2. Objetivos
3. Bases teóricas e hipótesis
4. Desarrollo, materiales y métodos
5. Resultados, comparaciones
6. Discusión
7. Conclusiones
 - Notas
8. Agradecimientos
9. Bibliografía
 - Anexos (si hay problema de espacio → recurrir a una web)

Discusión

Resumen de resultados

- Los resultados muestran que...
- Se observa que...
- El autor **Fulano**...
- Contrastes
- Si comparamos...
- No se produce lo hallado en otros estudios...
- Aunque los dircoms dicen..., en realidad...
- En nuestra opinión...

Conclusiones

- Evidencias obtenidas
- Aseveraciones
- Tendencias observadas
- Recomendaciones
- Futura investigación

Bibliografía: importancia de citar

- Ser honrados. Si se toman las ideas de otros hay que decirlo. No hacerlo es robar.
- Nadie puede empezar desde cero. Las citas dan confianza de que el autor sabe de qué va el tema.
- Deber moral de reconocimiento –aunque no hace falta llegar hasta las raíces, probablemente ya conocidas por todo el mundo-.
- Ayudan al lector a contextualizar. Mirando las citas podemos saber de qué va el artículo.
- El lector puede ampliar conocimientos

Apartado Conclusiones del artículo

Es **muy importante**, pero a veces los autores lo descuidan por las ganas de terminar

- las conclusiones tienen que ser consecuencia de toda la exposición
- ¡no ser una repetición del resumen ni de la introducción!
- si en el artículo se han usado abreviaturas para no sobrecargar el texto, aquí en **Conclusiones** hay que volver a explicitarlas ya que puede que un lector empiece a leer (o sólo lea) este apartado.

Apartado Notas del artículo

-Aclaraciones de conceptos o muy puntuales o muy generales (aunque también se pueden poner recuadros explicativos dentro del texto)

-Direcciones y bibliografía "para más información"

Apartado Agradecimientos del artículo

-Mención a personas consultadas

-Mención al programa / subvención recibida

Citas poco éticas y autocitas

- Citas "sociales" o interesadas (compañeros, jefes, evaluadores...). Granjas de citas
- Convenios entre editores (*citation stacking*).
- Las referencias de la Bibliografía tienen que estar citadas en el texto. Los (buenos) editores borran las que son simple relleno.
- Tolerable y lógico un número pequeño de autocitas del propio autor

No debe citarse la Wikipedia

- No son fiables unos textos escritos por autores anónimos
- No se puede citar algo que puede ser efímero
- Es penoso ver reproducciones de entradas de la Wikipedia (escritas usualmente en mal castellano) ¡y además hay quien las pone entrecomilladas!
- Sí deben citarse otras enciclopedias con entradas firmadas, o con un equipo de redacción académico

Citas o referencias nacionales / internacionales

Criterio “estético” de citas a revistas del propio país:

En revistas nacionales: 50%

En revistas extranjeras: 30%

Varía con las disciplinas

¿Cuántas referencias en la Bibliografía?

- En general se acepta un máximo de 30
- En artículos de revisión pueden ser cien
- En los JCR puede verse el promedio de referencias de una revista. Ejemplo:

Revista española de enfermedades digestivas

Rank	Articles	Reviews	Combined	Other
Number in JCR Year 2018 (A)	75	11	86	121
Number of References (B)	2,013	676	2,689	947
Ratio (B/A)	26.8	61.5	31.3	7.8

- En la llamada **big science** (grandes proyectos) los artículos los firman cientos y hasta miles de autores.

Ejemplos: Genética, Altas energías

Casi 1.000 autores

The image shows a screenshot of a G3 Genes article titled "Drosophila Muller F Elements Maintain a Distinct Set of Genome Properties Over 40 Million Years of Evolution". The author list is extensive, starting with Christopher D. Shaffer, Laura K. Rein, Sheryl T. Smith, William Barshop, William Drake, Matthew Donaghy, Paul Lee, Jeanette Heng, David Wang, Sam Yoon, James E.J. Beckett, Joshua F. Mackinnon, Jonathan D. Roseman, Anders L. Fry, Bryan A. Taylor, Srdanka Rulic, Eric K. Luepke, Shannon R. McCarthy, Ryan A. Wolf, Chelsea A. Hubler, Kenneth Leslie, Maria R. Alvarez, Andrew R. Antonarakis, William Armstrong, Robert J. Bailey, Chelsea R. Barber, Lauren B. Beck, Amanda L. Baker, Christopher E. Bunker, Justin P. Brant, Erik S. Block, Christopher W. Brown, Marie Brown, Sarah C. Butler, Eric M. Clark, Nicole B. Clark, Ashley A. Collins, Rebecca J. Campbell, Peterson K. Calloway, Seth C. Cannon, Cameron T. Cookson, Nathan A. Omerod, Louise A. Doughty, Kathleen A. Donnelly, Andrew F. Drake, Erica M. East, Trevor C. Hilde, Joshua D. Ferguson, Jonathan D. Frost, Spencer L. Francis, James F. Garay, Cynthia K. Hansen, Taylor S. Havelley, Catherine B. Healy, Jonathan M. Heckman, Heather L. Haddenreich, Nicole A. Hower, Donata A. Jacobi, Elizabeth S. Jones, Maria Karner, Elizabeth A. Karasik, James J. Keith, Steven C. Kivimäki, Jessica Kivimäki, Christopher J. Knappick, Jordan E. Kov, Jennifer A. Lammens, Rachel R. Lead, Christopher L. Leachman, Rachel N. Lippert, Gregory S. Moushey, Aditya T. P. Reddy, Elizabeth A. Resner, Holly J. Rimmer, Stephanie J. Finerty, Michelle N. Rocco, Rachel M. Ross, Jonathan P. Rosenbly, Katherine B. Rosenthal, Lyndee A. Rowland, Dong A. Rhee, Anthony R. Rowland, Andrew R. Sault, Stephen B. Rossey, Lanny L. Rubin, Luke R. Sallmon, Rachael K. Salpey, Taylor Schneider, Allison K. Schreiber, Robert W. Schickel, Karl E. Smith.

Altmetric.com

https://journals.aps.org/prl/abstract/10.1103/PhysRevLett.114.191803

El record hasta la fecha: 5.154 autores y 24 págs. de autores

The image shows a screenshot of a Physics journal article titled "Combined Measurement of the Higgs Boson Mass in pp Collisions at $\sqrt{s} = 7$ and 8 TeV with the ATLAS and CMS Experiments". The article is by G. Aad et al. (ATLAS Collaboration, CMS Collaboration). The PhysICs badge shows 317 mentions. The article is published in Phys. Rev. Lett. 114, 191803 (2015).

Citas en el texto y ordenación de la bibliografía

Se usan dos métodos:

Vancouver: Se pone sólo un número entre paréntesis (1), corchetes [1], o superíndice ¹, consecutivamente en el orden de aparición en el texto. Algunos ponen el nombre del autor citado (por ejemplo Pérez [1]). La bibliografía al final del artículo aparece **enumerada en el orden en que es citada**.

Harvard o "autor-año". En el texto aparece el autor y el año de la publicación entre paréntesis. La bibliografía al final del artículo se ordena **alfabéticamente**.

Correspondencia entre citas y referencias (Harvard)

Ethical implications of digital advertising automation: The case of programmatic advertising in Spain

Third party data players is defective to the programmatic ecosystem, and thus to advertising. Third-party data players are often questioned for their security holes and lack of respect in relation privacy issues, due to the problems of insuring data traceability (Phononon Institute, 2016). Because of the prevalence of third-party data players, the process of programmatic trading remains mostly unnoticed to users. This challenges most usual strategies in addressing digital privacy concerns, such as permission request and informed decision-making (Martinez-Martinez, Aguado, 2016). The combination of a lack of available knowledge and growing user sensitivity might involve supplementary reputational challenges for the transformation of the advertising industry (Watts).

Advertisers are using programmatic advertising to reach their target audience more effectively. However, this has led to a proliferation of third-party data players, which are often questioned for their security holes and lack of respect in relation privacy issues, due to the problems of insuring data traceability (Phononon Institute, 2016). Because of the prevalence of third-party data players, the process of programmatic trading remains mostly unnoticed to users. This challenges most usual strategies in addressing digital privacy concerns, such as permission request and informed decision-making (Martinez-Martinez, Aguado, 2016). The combination of a lack of available knowledge and growing user sensitivity might involve supplementary reputational challenges for the transformation of the advertising industry (Watts).

We utilized the Delphi method (Brady, 2015) to conduct an expert panel, and we included additional in-depth interviews to obtain more specific answers to key issues. The panel sample was comprised of 13 life-long advertising professionals from Spain.

IAB UK (2016). *Ad spend on mobile display overtakes PC for first time*. IABUK.net. <https://www.iabuk.net/about/press/archive/adspend-on-mobile-display-overtakes-pc-for-first-time>

IAB US (2016). *IAB/PwC digital advertising revenue report Q1 2016*. IAB. <http://www.iab.com/news/first-quarter-us-internet-ad-revenues-hit-record-setting-high-nearly-16-billion-according-to-iab>

IAB US (2015). *US programmatic ad revenues totaled \$10.1 billion in 2014, according to first-ever IAB programmatic revenue report*. IAB, 20 July. <https://www.iab.com/news/us-programmatic-display-ad-revenues-totaled-10-1-billion-in-2014-according-to-first-ever-programmatic-revenue-report>

Kelleg, Larry, Sheehan, Kim, Juehmesheim, Donald W. (2015). *Advertising media planning: A brand management*

El profesional de la información, 2017, marzo-abril, v. 26, n. 3, e0539, 1609-2017, 208

Correspondencia entre citas y referencias (Vancouver)

1 INTRODUCCION
UNIVERSIDAD E INNOVACION

La innovación es una actividad esencial para mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje y constituye la base para el diseño curricular. Por lo tanto, se requiere que los docentes tengan una actitud y práctica generadora de conocimiento, y los estudiantes estén dispuestos a crear cultura innovadora en las aulas.

En este contexto, las TIC juegan un papel importante, al considerarse como herramientas que han experimentado un gran avance en las últimas décadas, se siente la presencia y uso de los dispositivos multimedia a diario en nuestras vidas, incluyendo las nuevas formas de aprender y enseñar. Proceden del siglo XX, cuando se utilizó como recurso educativo a las primeras películas, hasta hoy encontrar las pizarras digitales y nuevas herramientas para la aplicación didáctica [1]. Sin embargo, la innovación no se produce con el hecho de introducir la tecnología en sí, de ahí los errores que ha cometido la academia, la tecnología es una herramienta y con tal debe ser complementada con una metodología.

Las nuevas generaciones son consideradas como nativos digitales, han crecido de la mano de la tecnología: Los juegos de ordenador, el correo electrónico, Internet, los teléfonos móviles y la mensajería instantánea son parte integrante de sus vidas; [2].

Una universidad no solo se considera innovadora por generar una comunicación abierta y fluida con el entorno.

REFERENCIAS

- [1] Gutiérrez, A. y Tyner, K. (2012). Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital. *Comunicar* 38, pp. 31-39. Recuperado de <https://goo.gl/YHpw7D>
- [2] Prensky, M. (2001). Nativos digitales, inmigrantes digitales. *On the horizon*, 9(6).
- [3] Hannan, A. & Silver, H. (2005). *La innovación en la enseñanza superior*. Madrid: Narcea.
- [4] Cuban, L. (1999). *Change Without Reform in University Curricula, Teaching, and Research*.

Ilustraciones

Intentar siempre incluir algún tipo de ilustración

The collage includes: a map of Spain with a red dot; a bar chart with blue bars; a line graph with a red line; a network diagram with nodes and connections; and several newspaper clippings, including one from 'The Guardian' and another with a photo of a man.

- Las tablas se hacen en el mismo Word del texto, por lo que nunca hace falta enviarlas como ficheros sueltos
- No siempre son redundantes con los gráficos correspondientes

Tablas

Días	Respostas	Retweets	Tweets
Nov-14	144	2171	2927
Nov-15	139	1966	2879
Nov-16	308	2267	3419
Nov-17	308	3383	4664
Nov-18	128	2387	3894
Nov-19	99	1799	2373
Nov-20	138	1494	2180
Nov-21	230	2733	3510
Nov-22	164	2233	3425
Nov-23	198	3328	4856
Nov-24	264	5818	8161
Nov-25	625	34093	46343
Nov-26	192	8983	10777
Nov-27	146	3750	4679
Nov-28	165	2326	3303
Nov-29	247	1861	2762
Nov-30	151	1797	2704
Dic-1	94	998	1391
Dic-2	112	1202	1749
Dic-3	80	656	977
Dic-4	55	608	902
	3.987	86.516	118.074
	3.35	72.72	

Sólo 2 decimales: 35,23 / 78,40 / 21,00
aunque muchas veces 1 decimal es suficiente

0,60 no .60

El total de porcentajes es **100**, no **100,00**

Redondeo: 13,565 → 13,57

Poner % o unidades sólo en la cabecera de la tabla

En el texto del artículo no escribir ...en la tabla siguiente:
o ...en la tabla anterior, sino ...en la tabla 3

Debajo de la tabla no poner Elaboración propia

• Mejor tablas verticales que horizontales

Medios	A	B	C	D	E	F	G
% mercado	30,70	12,13	5,07	7,00	22,78	34,50	41,97

Medios	% mercado
A	30,70
B	12,13
C	5,07
D	7,00
E	22,78
F	34,50
G	41,97

3. Metodología

Se ha utilizado una metodología de encuesta sobre una muestra representativa de la sociedad española.

3.1. Participantes

Participaron en el estudio 555 personas, con una edad media de 40 años (DT=12.87), siendo el 51% hombres y el 49% mujeres. Respecto a sus características sociodemográficas, el 46,5% de los participantes estaba casado y el 44% soltero.

La mayor parte eran trabajadores (69%) o estudiantes (12,4%). De los trabajadores, la mayoría desempeñaban sus actividades en una empresa privada (54%) o en una empresa o administración pública (23,9%).

Respecto a los ingresos, la mayoría de los sujetos tenían unos ingresos mensuales en el hogar entre 1.801 y 3.000€ (27%) y entre 901 y 1.800 e.

El nivel de estudios era bastante alto en general. El 55% tenía estudios universitarios o de postgrado/doctorado, seguido de un 35% que tenía formación profesional de grado medio o superior o bachillerato.

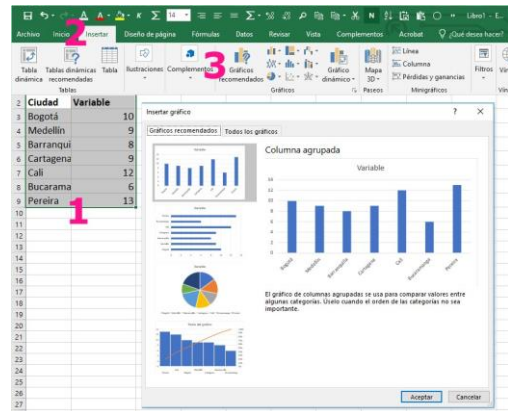
En cuanto al hábitat, el 32% residía en lugares con entre 10.000 y 100.000 habitantes, el 28% entre 100.001 y 500.000 habitantes y el 29% en poblaciones con más de 500.000 habitantes.

Tabla 1. Características de los participantes

Variable	
Género	51% hombres, 49% mujeres
Estado civil	46,5% casados, 44% solteros
Actividad	69% trabajadores
	12,4% estudiantes
Ingresos mensuales en el hogar	54,0% empresa privada, 23,9% en empresa o administración públicas
	27% entre 1.801 y 3.000€, 26% entre 901 y 1.800 €
Estudios	55% estudios universitarios o de posgrado/doctorado, 35% formación profesional de grado medio o superior o bachillerato.
Hábitat	32% en poblaciones entre 10.000 y 100.000 habitantes, 28% entre 100.001 y 500.000 habitantes, 29% en poblaciones con más de 500.000 habitantes.

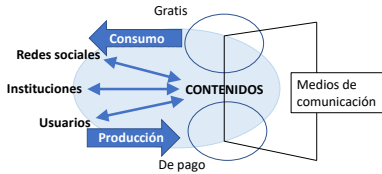
Este párrafo mejor convertirlo en una tabla →

Gráficos

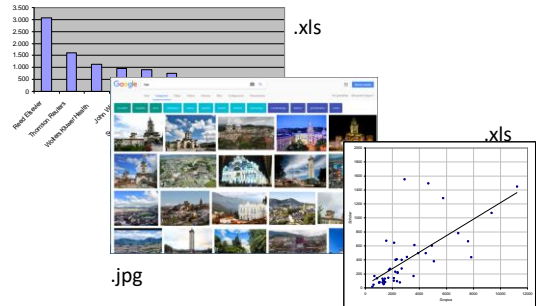


Un buen esquema puede ayudar pero si no se entiende es peor.

Caso real de esquema absurdo e inútil hecho por un autor muy famoso



Pegar imágenes (mejor en jpg) y gráficos Excel en el Word cuando se envíe un artículo a una revista, pero además hay que enviarlos en ficheros separados originales



Además de pegadas en el Word, fotos y capturas deben enviarse en ficheros originales (.jpg) Y los Excels en .xls

Falta de “cultura” fotográfica

- Fotos de sólo 3 KB para imprimir ☹
- Contraluces (fotos de espaldas a ventana)
- Desenfoques (enfocados los libros de detrás)
- Foto de la oficina en vez de la persona
- Fotos "artísticas": no en una revista científica
- Con gafas de sol
- Repetición de la misma foto

Recordemos este valor:

Para que una foto o gráfico en **jpg** se pueda publicar impreso con calidad debe “pesar” más de

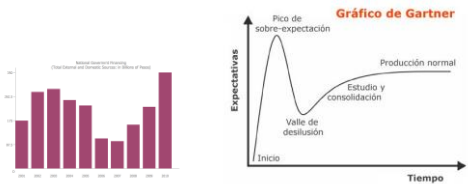
100 KB

B = bytes (tamaño, capacidad)

b = bits (bits/seg = velocidad)
p. ej., “un ADSL de 20 Mbps”

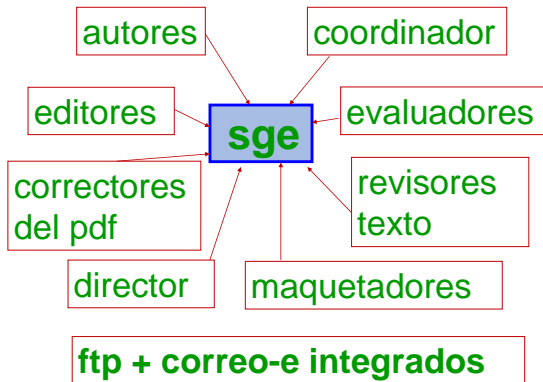
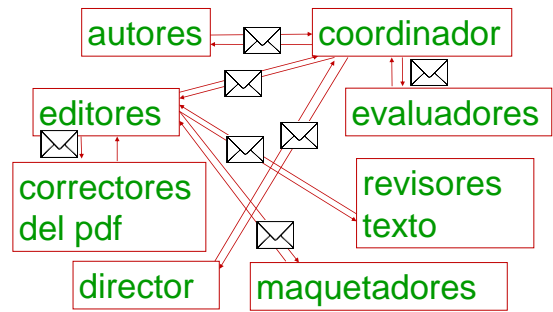
Ventajas de los gráficos

- Hacen el texto mucho más claro.
- Son estéticos, mejoran la presentación.
- Las curvas permiten observar tendencias.



Son una herramienta de re-diseño:

- permiten recapacitar y detectar errores,
- realimentan nuevas ideas al autor,
- ofrecen análisis desde otras perspectivas.



- La instalación de un sge es sencilla. Puede estar en cualquier servidor (un PC) conectado a internet.
- Autores, editores, evaluadores..., todos conectan al sge mediante cualquier navegador.
- Los textos e ilustraciones (doc, pdf, jpg...) se suben y bajan del servidor con ftp.
- Se mandan avisos por correo-e

Ventajas

- Tener registradas todas las operaciones
- Ayuda para que se respeten las normas
- No se pierden trabajos
- Mensajes email de aviso ya semielaborados
- Estadísticas de tiempos, evaluadores, rechazos
- Historiales completos de todos los artículos

Si la revista finalmente se publica online en OJS

- Metadatos en OAI-PMH (metidos por el autor)
- Generación de alertas

Conclusiones

- Los SGE permiten a las revistas trabajar ordenadamente, con todo controlado, queda constancia de todo.
- Cuesta tomar la decisión de instalar y ponerse a trabajar con un SGE, pero luego se agradece: es cómodo y se gana tiempo.
- Los autores tienen que trabajar más (introduciendo los metadatos) pero la revista gana mucho.
- No debemos enviar manuscritos a revistas que no usen un SGE.



Software · Research · Community · Services · Support
<http://pkp.sfu.ca/?q=ojs>

PKP is a multi-university initiative developing (free) open source software and conducting research to improve the quality and reach of scholarly publishing

Open Journal Systems

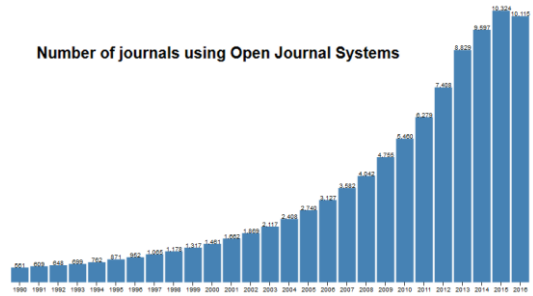
"Scholars need the means to launch a new generation of journals committed to open access, and to help existing journals that elect to make the transition to open access." Budapest Open Access Initiative, 2002.



- Hosted Solutions
- For Developers
- Milestones
- Download
- Documentation
- Demo
- Languages
- OJS Usage

Open Journal Systems (OJS) is a journal management and publishing system that has been developed by the Public Knowledge Project through its federally funded efforts to expand and improve access to research.

Number of journals using Open Journal Systems

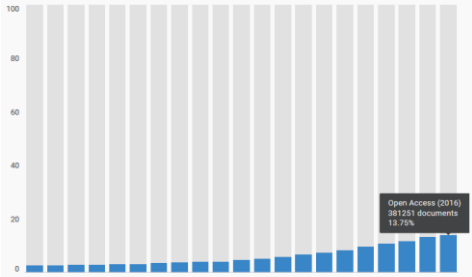


Acceso abierto

Movimiento iniciado en 2001



% Open Access Output



2 tipos de acceso abierto

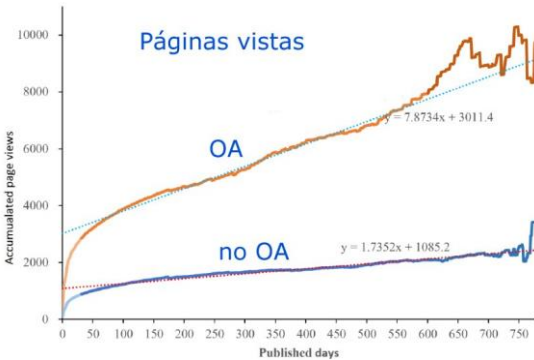
Vía dorada

Institución, autor... pagan la publicación
 DOAJ = 11.183 revistas (abril 2018)
<http://www.doaj.org>
 10% de los artículos publicados

Vía verde

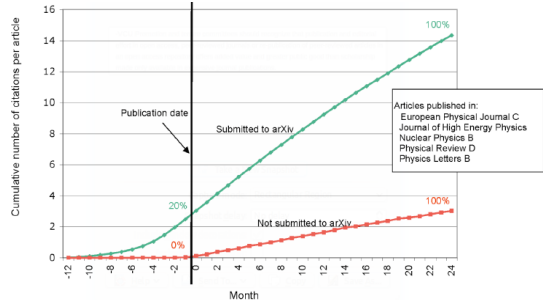
Autoarchivo: los autores suben sus artículos a repositorios (que paga una institución)
 OpenDOAR = 3.520 repositorios (abril 2018)
<http://www.opendoar.org>

dorada + verde = 35% de artículos publicados



Xianwen Wang, Chen Liu, Wenli Mao, and Zhichao Fang. 2015. [arXiv:1503.05702](https://arxiv.org/abs/1503.05702).

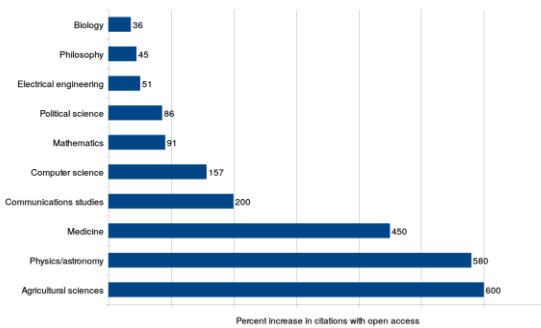
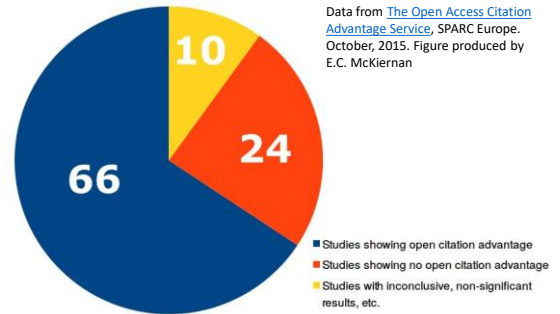
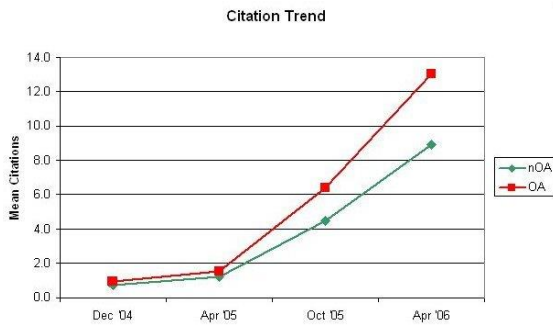
Aumento de las citas recibidas



Anne Gentil-Beccot, Salvatore Mele, and Travis Brooks, 2009. [arXiv:0906.5418v2](https://arxiv.org/abs/0906.5418v2).

Citas recibidas por los artículos de la revista PNAS:

Artículos en acceso abierto vs. artículos sólo para suscriptores



Fuente: Alma Swan, 2010

Indicadores de calidad de las revistas

¿Qué significa “revista de impacto”?

- 1) Significado genérico = **prestigio, influencia**
- 2) Revistas con Factor de impacto (IF o JIF), o sea, revistas indexadas en la

[Web of Science](#) = SCI + SSCI + A&HCI

- Críticas: “*impactitis*”, “*efecto agencia de acreditación*”... = obsesión por publicar en revistas [WoS](#)



- Declaración de San Francisco de evaluación de la investigación (diciembre 2012)
- Boycot a los rankings de revistas (**IF, SJR...**)
- Medir el **valor de cada artículo**, no suponerlo por el valor de la revista

<http://www.ascb.org/dora>

Indicador	Productor	Base de datos
Journal Impact Factor (JIF)	Clarivate Analytics (antes ISI y Thomson Reuters)	Web of Science
SCImago Journal Rank (SJR)	SCImago Research Group	Scopus
h	cualquiera	cualquiera
SNIP	CWTS - Leiden Univ.	Scopus
CiteScore	Elsevier	Scopus
MIAR	Univ. de Barcelona	todas
Eigenfactor	Univ. of Washington	Web of Science
ERIH Plus	Norwegian Centre for Research Data	
Latindex	Univ. Nal. Autón. México	

Factor de impacto 2016 de una revista:

Citas hechas a los artículos de 2015 y 2014 durante 2016

FI =

Número de artículos publicados en 2015 y 2014

Se publican a mediados de junio de cada año
En este momento el último es el de 2016

Ejercicio:

Calcular el JIF 2017 de una revista que tiene estos datos:

Año	Artículos publicados	Citas recibidas durante 2017
2014	50	20
2015	55	25
2016	65	35
2017	50	10

Solución:

$$\frac{25 + 35}{55 + 65} = \frac{60}{120} = 0,5$$

Importante distinción

En el contexto de los JCR, SJR, etc.

autocita = cita a la misma revista

En cambio en otros contextos **autocita** es ambiguo, y hay que especificar si se refiere al autor o a la revista

Las autocitas a la revista cuentan igual que la citas normales para calcular el factor de impacto.

JIF. Hay que tener en cuenta:

- Calidad de revista ≠ calidad artículo
- Citar un artículo ≠ estar de acuerdo
- Diferentes patrones de citar según tema
→ no se pueden comparar JIF de temas diferentes

Web of Science

- Sesgo hacia el inglés, sobre todo USA
- Sesgo hacia ciencias experimentales

¿Por qué algunas disciplinas tienen JIF bajos?

- Hábito de citación de la disciplina
- Menos revistas en la WoS
Comunicación = 79 revistas
Medicina* = 2.851 revistas
*entre todas las especialidades

Cuartiles

- Se ordenan las revistas por su factor de impacto.
- El ranking resultante se divide por 4 lo que determina los cuartiles

Hay 2 métodos:

- 1) Dividir por 4 el nº de valores de IF distintos
- 2) Dividir por 4 el nº de revistas del ranking

Ejemplo con JIF distintos

$$21/4 = 5,25$$

1	National vital statistics reports: ...	19.00
2	MMWR. Recommendations and reports	18.29
3	MMWR. Surveillance summaries	11.51
4	Nature Climate Change/Social Sciences	10.06
5	Handbook of International Economics...	8.87
6	Land Degradation and Development	8.24
7	Analytic Meths. in Accident Research/Transp	7.73
8	Analytic Meths. in Accident Research Safety	7.73
9	Global Environ Change Geography, P&D	7.62
10	Review of Educational Research Education	6.86
11	Morbidity & Mortality Weekly Report Health	6.21
12	Infonation Systems Research Library and Info...	6.16
13	Vehicle Communications Communication	6.08
14	Annual Rev Sociol and Political Science	6.01
15	Journal of Serv Res Sociology & Polit Science	5.89
16	Admin Sci Quart Sociology & Political Science	5.83
17	Administrative Science Quarterly Public Adm	5.83
18	Criminology Law	5.83
19	Educational Research Review/Education	5.82
20	Gov Info Quart Sociology & Political Science	5.81
21	Gov Info Quart Library & Info Sciences	5.81
22	Government Information Quarterly Law	5.81
23	Internet and Higher Education	5.81
24	Int'l Journal of Info Manag US	5.65
25	Tourism Management Development	5.68
26	Tourism Management Transportation	5.68
27	Journal of Memory & Language Linguistics	5.63
28	Computers and Education Education	5.50
29	Cybermetrics Library & Information Sciences	5.00

SJR (SCImago Journal Rank)

- 22.600 revistas (las de *Scopus*)
- No separación Ciencias / CC Sociales
- Ventana de 3 años
- Se elimina 30% de las autocitas
- No todas las citas valen igual (cálculo parecido a *page rank* de *Google*)
- Gratis
- <https://journalmetrics.scopus.com> (=fijo)
- <http://www.scimagojr.com> (=lo recalculan)

CiteScore, Elsevier, dic. 2016-, Scopus

The screenshot shows the Scopus Journal Metrics interface. At the top, it displays the URL <https://journalmetrics.scopus.com> and the page title "Journal Metrics". Below this, there is a section for "CiteScore 2016" with a brief description: "CiteScore metrics from Scopus are comprehensive, transparent, current and free metrics for serial titles in Scopus." There are options to "Refine titles" and "Refine by subject area...". A search bar is present with the year "2016" selected. Below the search bar, it indicates "Showing 22,606 titles". At the bottom, there is a table header with columns: "Title", "CiteScore", "Highest CiteScore Percentile", "CiteScore Rank", "Citations 2016", "Documents 2013-15", "% Cited", "SNIP", and "SJR".

CiteScore es como SJR

(ventana de 3 años)

pero

- sin aplicar peso a las citas
- cuenta las autocitas
- y todos los tipos de textos: editoriales, erratas, cartas, notas, encuestas, análisis...

Latindex

<http://www.latindex.org>

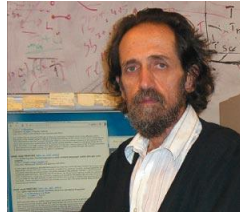
Directorio: 26.010 revistas (mayo 2018)
 Catálogo: 9.304 revistas
 Enlace a revistas-e: 8.175

Latindex tiene definidos 33 elementos de calidad de las revistas (+3 para e-revistas)

Las que cumplen los 8 básicos + 17 del resto se listan en el Catálogo Latindex

<p>Características básicas</p> <ol style="list-style-type: none"> Mención del cuerpo Editorial Contenido Antigüedad mínima 1 año Identificación de los autores Lugar de edición Entidad editora Mención del Director Mención de la Dirección <p>Características de presentación</p> <ol style="list-style-type: none"> Páginas de presentación Mención de periodicidad Tabla de contenidos (Índice) Membrete bibliográfico al inicio del artículo Membrete bibliográfico en cada página Miembros del consejo editorial Afiliación institucional de los miembros del consejo editorial Afiliación de los autores 	<ol style="list-style-type: none"> Recepción y aceptación de originales Carac. de gestión y política editorial ISSN Definición de la revista Sistema de arbitraje Evaluadores externos Autores externos Apertura editorial Servicios de información Cumplimiento de periodicidad <p>Características de los contenidos</p> <ol style="list-style-type: none"> Contenido original Instrucciones a los autores Elaboración de las referencias bibliográficas Exigencia de originalidad Resumen Resumen en dos idiomas Palabras clave Palabras clave en dos idiomas
---	---

Índice h de Jorge E. Hirsch (2005)



El mayor número (h) tal que h artículos tienen al menos h citas

Cornell University Library

arXiv.org > physics > arXiv:physics/0508025

Search or Article ID: [input] All papers

Physics > Physics and Society

An index to quantify an individual's scientific research output

J.E. Hirsch

(Submitted on 3 Aug 2005 (v1), last revised 29 Sep 2005 (this version, v5))

I propose the index h , defined as the number of papers with citation number higher or equal to h , as a useful index to characterize the scientific output of a researcher.

Comments: Small changes, some caveats added. Submitted to PNAS on 9/1. Pending Final Recommendation

Subjects: Physics and Society [physics.soc-ph]; Statistical Mechanics (cond-mat.stat-mech)

Journal reference: Proc Natl Acad Sci 48:10369 (2005)

DOI: 10.1073/pnas.0507555102

Cite as: arXiv:physics/0508025 [physics.soc-ph] (or arXiv:physics/0508025v5 [physics.soc-ph] for this version)

Submission history

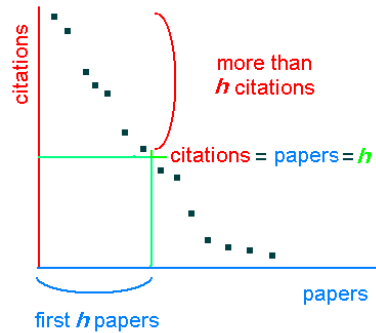
From: J. E. Hirsch [view email]

Download: PDF, PostScript, Other formats

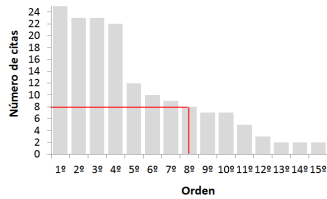
Current browse context: physics

References & Citations: NASA ADS, blog links, bookmark

Índice h



Artículos ordenados según el número de citas	Número de citas
1º	25
2º	23
3º	23
4º	22
5º	12
6º	10
7º	9
8º	8
9º	7
10º	7
11º	5
12º	3
13º	2
14º	2
15º	2



¿Cuál es el índice h?

Artículo nº	Citas
1	8
2	6
3	6
4	5
5	3
6	2
7	2

El índice h no favorece las carreras cortas

	Artículo nº	Citas
h = 3	1	800
	2	700
	3	650

El índice h depende del tamaño la base de datos donde se calcula

The screenshot shows a search for 'Tejada-Artigas' in Web of Science. The results list three articles. The first article, 'Approach to the Profile of Teaching Degree in Information and Documentation from the Complutense University of Madrid', is highlighted with a blue arrow pointing to the 'Crear informe de citas' button. The second article is 'Tan lejos, tan cerca: perfil y percepciones de los alumnos de primer curso de Biblioteología de la UNAM y de la UCM hacia sus estudios'. The third article is 'So far, so near: profile and perceptions of the students of first course of Library and Information Science of the UNAM and of the UCM to his studies'.

The screenshot shows an Altmetrics citation report for 'Tejada-Artigas'. It displays the following statistics: Total de publicaciones: 22; h-index: 4; Total de veces citado: 119; Artículo en que se cita: 116. Below these statistics is a line graph titled 'Número de veces citado al año' showing citation counts from 2011 to 2018. The graph shows a peak in 2018.

The screenshot shows the Google Académico profile for Carlos Miguel Tejada Artigas. The profile includes a photo, name, affiliation (Universidad Complutense de Madrid), and a list of publications. A blue arrow points to the 'CITADO POR' section, which shows a bar chart of citations from 2011 to 2018. The chart shows a significant increase in citations in 2018.

Altmetrics (<http://altmetrics.org>)

- Descargas
- Menciones en redes sociales
- Saves y reads en Mendeley
- Tweets
- "Me gusta"s

Ventajas:

- diversidad de medios (artículos, ppts, posters...)
- resultados inmediatos
- impacto también fuera del mundo académico
- procedimientos más abiertos

Empresas que venden altmétricas



Altmetric.com
<https://www.altmetric.com>



Altmetric score (what's this?)
 Tweeted by **1746**
 On **52** Facebook pages
 Mentioned in **19** Google+ posts
 Picked up by **18** news outlets
 Blogged by **25**

Baremo de puntuación de Altmetric

Newspapers	8
Blogs	5
Twitter	1
Facebook	0.25
Sina Weibo	1
Wikipedia	3
Policy documents (per source)	3
Q&A sites	0.25
F1000 / Publons / Pubpeer	1
YouTube	0.25
Reddit / Pinterest	0.25
LinkedIn	0.5
Open Syllabus	1
Google+	1

<https://opensyllabusproject.org>

Ej. de artículo con su popularidad, según Altmetric.com

Wiley Online Library

"I Don't Like You Any More": Facebook Unfriending by Israelis During the Israel-Gaza Conflict of 2014

Overview of attention for article published in Journal of Communication, November 2015

162

Altmetric score (what's this?)
 Tweeted by 1746
 On 52 Facebook pages
 Mentioned in 19 Google+ posts
 Picked up by 18 news outlets
 Blogged by 25

Twitter Demographics
 The data shown below were collected from the profiles of 36 tweeters who shared this research output. [Click here to find out more about how this information was compiled.](#)



<https://plumanalytics.com>

Plum Analytics (Ebsco → Elsevier)



USAGE
 (clicks, views, downloads, library holdings, video plays)



CAPTURES
 (bookmarks, favorites, reference manager saves)



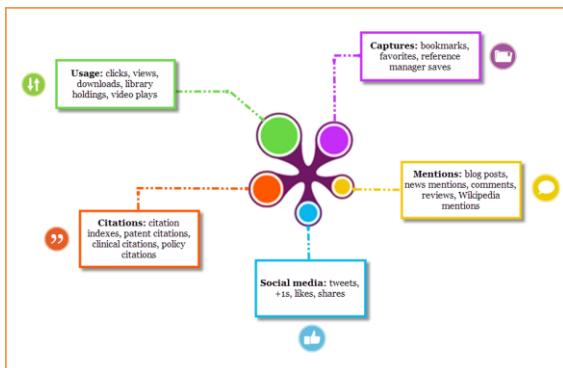
MENTIONS
 (blog posts, news mentions, comments, reviews, Wikipedia mentions)



SOCIAL MEDIA
 (tweets, +1s, likes, shares)



CITATIONS
 (citation indexes, patent citations, clinical citations, policy citations)



Usage
 PDF Views: **1204**
 HTML Views: **9446**
 Abstract Views: **36**

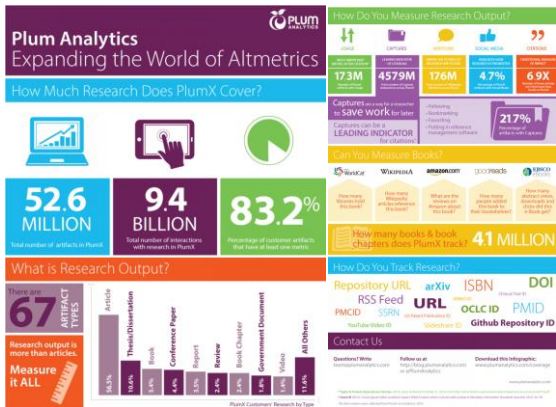
Captures
 Readers: **44**

Mentions
 Comments: **11**

Social Media
 Tweets: **63**
 +1s: **5**
 Likes: **22**
 Shares: **15**

Citations
 Scopus: **8**
 CrossRef: **7**

[see details](#)



	Mal	Bien
artifact (US) artefacto (UK)	artefacto	objeto, instrumento, pieza, sistema, equipo, aparato, diseño, modelo, algo



Heather Piwowar y Jason Priem

Proyectos para promocionar el acceso abierto, subvencionados por la National Science Foundation (NSF):

- Impactstory profiles
- Unpaywall + oaDOI
- Depsy = acreditación de desarrolladores de software libre

<https://profiles.impactstory.org/u/0000-0002-2803-7505>

Rafael Repiso @open-access-40%

ACHIEVEMENTS

- Global South** Top 20% Of people who save and share your research, 35% are in the Global South. That's a high proportion; only 12% of researchers publish work that inspires this level of engagement from the developing world.
- Global Reach** Your research has been saved and shared in 17 countries.
- Greatest Hit** Your top publication has been saved and shared 6 times.

TIMELINE

10 Online mentions over 1 year

PUBLICATIONS

- The impact of scientific journals of communication: Comparing google scholar metrics, web of science and scopus 2013 Comunicar 6
- Grouping of Spanish universities in the national print media | Agrupación de las universidades españolas en la prensa Impresca nacional 2016 Revista Española de Documentación Científica 3

Hacerse el perfil personal en Impactstory

<https://profiles.impactstory.org>

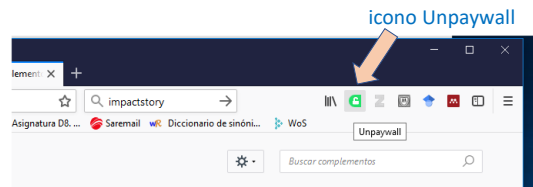


Discover the online impact of your research.

Track buzz on Twitter, blogs, news outlets and more: we're like Google Scholar for your research's online reach. Making a profile takes 10 seconds:

JOIN FOR FREE WITH TWITTER

Unpaywall = extensión para browser
oaDOI = bdd con 90 mill. refs. de docs. en OA



Ej. de alt métricas en Mendeley

JOURNAL ARTICLE

Impacto de la investigación y de los investigadores en comunicación en Latinoamérica: El índice h de las revistas científicas

Túñez-López M, Valarezo-González K, Marín-Gutiérrez I
 Palabra Clave, vol. 17, issue 3 (2014) pp. 895-919 Published by Universidad de La Sabana

7 Readers • 4 Citations

+ Save reference

7 usuarios lo han copiado en su biblioteca y ha recibido 4 citas

Overview Authors (3)

La revista 'Science' se hace eco del impacto de un falso artículo científico

El experimento español 'Pantani-Contador' demuestra lo fácil que es engañar a Google Scholar

Investigadores de las universidades de Granada y Navarra han probado la falta de rigor de las herramientas bibliométricas de Google, que son cada vez más usadas a nivel mundial para valorar el impacto de las publicaciones científicas. Los autores editaron un falso artículo científico publicado por el tal Marco Alberto Pantani-Contador.

UGR58vulga | [Open Access](#) | 10 diciembre 2013 09:51



Los tres autores, Emilio Delgado López-Cózar, Nicolás Robinson García y Daniel Torres-Salazar. (UGR58vulga)

Una carta al editor en el último número de la revista Science alerta de la facilidad que existe para indagar en Google artículos falsos y aumentar así el número de citas de los investigadores, artículos y revistas científicas.

La carta habla de un trabajo de investigadores de las universidades de Granada y Navarra publicado en el Journal of

Hay mucho para leer. No se puede leer todo

¿Cómo conseguir que se lean nuestros artículos?

1. Promoción personal permanente
2. Promoción de cada artículo

4. Promoción



1. Promoción personal permanente (networking)

Contactos en persona

- Asociaciones profesionales
- Aprovechar los congresos

Páginas personales

- Google Scholar Citations <https://scholar.google.com/citations>
- Google Sites <https://sites.google.com>
- Web
- Blog

¡Con buenas fotos personales!

Redes sociales

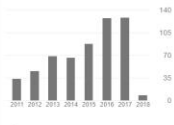
- ResearchGate <https://www.researchgate.net>
- Academia.edu <https://www.academia.edu>
- Mendeley <https://www.mendeley.com>

Google Académico

francisco campos

Gestión de la Empresa Informativa y Audiovisual (LISC)
 Dirección de correo verificada de us.es - Páginas personales
 Gestión de comunicación y ... políticas comunicación y T...
 RSC: redes digitales y científicas

Citado por	Total	Desde 2013
Citas	635	492
Índice h	11	10
Índice h2	13	11



TÍTULO	CITADO POR	AÑO
Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales	333	2008
El nuevo escenario mediático	46	2011
El futuro de la TV europea es híbrido, convergente y cada vez menos público	34	2013
El cambio mediático	25	2010
La presencia e impacto de las universidades de los países andinos en las redes sociales digitales	24	2014
Adaptación de los medios tradicionales a la innovación de los metamedios	20	2015

Cosautores

- José Rivas Arago
- Valentín Alejandro Martínez Fernández
- Tania Fernández Lombao
- Diana Rivera Rogel

Promoción personal permanente (cont.)

- Identificadores / Directorios
- Orcid <https://orcid.org>
- ResearcherID <http://www.researcherid.com>
- ScopusID <https://www.scopus.com/customer/profile/display.uri>
- EXIT <https://www.directorioexit.info>

Sitios que requieren algunas aportaciones de vez en cuando

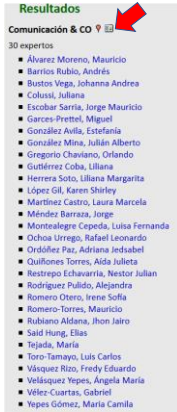
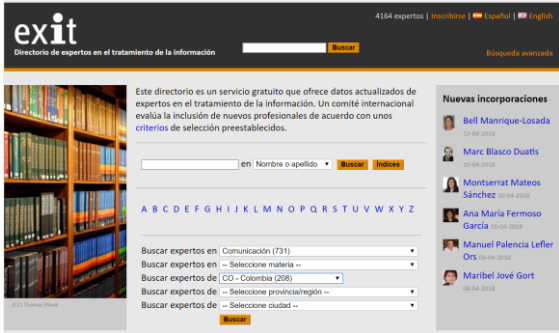
- Listas de correo-e
- Twitter <http://www.twitter.com>
- Instagram <https://www.instagram.com>

Conviene dejarlo todo en abierto

de la información" (1992-); Profesor del Master Online de
 ieu Fabra (2001-);
 tor del "Anuario ThinkEPI"; Creador (et al.) de IraLIS

Directorio de Expertos en el Tratamiento de la Información (Directorio EXIT)

Búsqueda de expertos en Comunicación en Colombia



¿A qué conocidos de Comunicación me puedo encontrar en la provincia de A Coruña?



¿Cómo se llamaba aquel profesor calvo de Bogotá?

Búsqueda: ciudad = Bogotá



2. Promoción de cada artículo

Subirlo a repositorios y redes sociales

Enviarlo a colegas

Enviarlo a los autores citados


Anunciarlo en nuestro blog

Subir versión simplificada a *Kudos*:

<https://www.growkudos.com>




Bring your publications to life




Explain

Explain in plain language what your publication is about and why it is important. Add links to other materials that provide context.



Share

Share it to your social networks, web pages or email contacts.



Measure

Measure the effect on clicks, views, downloads, citations and altmetrics to learn which communication channels are most effective.



exit
Directorio de expertos en el trabajo

¿Preguntas?

Tomás Baiget Actualizado

ID: 46
Indicador: Tomás Baiget ¿Qué es?
Institución: El Profesional de la Información
 Anuario ThaisKEPI
 EPIS SA

Dirección: Bd. Lluís, 65
 61, St. 5, Ap. 208
Código postal: 030029
Ciudad: Burjassot
País: Rumanía

Móvil: +34 639 878 889
Correos: baiget@epi.es

Web institucional: <http://www.epi.profesionaldeinformacion.com> ✓ Dirección válida

Descriptor personal: Historia de la documentación
 Networking
 Asociaciones

Especialidades: Análisis y diseño de sistemas de información; Industria y mercado de la información; Open access; Recuperación de información y bibliotecas; Revistas electrónicas

Grupos: CIEP; CODIC; E-LIS; EDIC; SEDIC

Buscar en Google vCard
 Buscar en Google Scholar XML
 Buscar en Bing ROR
 Buscar en Yahoo! Símbolos

Estadística Tomás Baiget & José Manuel Rodríguez Domínguez, 2009-2018
 Diseño de interfaz: Jorge Fraquilillo

Sobre exit **Participa**
 Inicio **Invitaciones**
 Cómo evaluar **Comentarios**
 Confidencialidad **Política de Priv.**