



Ponencia

¿Hay alguien ahí?... Aplicaciones de la analítica web en revistas científicas

Cristóbal Urbano. Universitat de Barcelona. España

En colaboración con:

Alex Vitela-Caraveo. Universitat de Barcelona



CONFERENCIA

¿HAY ALGUIEN AHÍ?...

APLICACIONES DE LA ANALÍTICA WEB EN REVISTAS CIENTÍFICAS.

Cristóbal Urbano (urbano@ub.edu)
Alex Vitela (alexvitelac@gmail.com)

Jueves 27 de mayo de 2021

¿Quiénes somos y ... por qué nos deben haber invitado a dar esta conferencia?



Vitela Caraveo, Alex; Urbano, Cristóbal (2020). **"Analítica web en revistas académicas de acceso abierto: justificación, planificación y aplicaciones"**. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, núm. 45. DOI: <https://doi.org/10.1344/BiD2020.45.15>

Una revista en línea...¿es algo más que un conjunto de artículos certificados que “circulan / flotan” por internet?

Académico 12 resultados (0,02 s)

Why are new journals created? An international analysis of Information and Documentation titles (2013-2018)

C Urbano, RS Rodrigues... - El profesional de la ..., 2020 - elprofesionaldelainformacion.com

The creation or title changes of scientific journals in the information and documentation (ID) area in the period 2013-2018 are analyzed. Based on the total of 62 such journals identified through ISSN Portal and Ulrichsweb, the following are described: characteristic aspects ...

☆ 77 Citado por 2 Artículos relacionados 88

[PDF] Why are new journals created? An international analysis of Information and Documentation titles (2013-2018)

C Urbano, RS Rodrigues, M Somoza-Fernández... - researchgate.net

The creation or title changes of scientific journals in the information and documentation (ID) area in the period 2013-2018 are analyzed. Based on the total of 62 such journals identified through ISSN Portal and Ulrichsweb, the following are described: characteristic aspects ...

77

Why are new journals created? An international analysis of Information and Documentation titles (2013-2018).

C Urbano, RS Rodrigues... - El Profesional de la ..., 2020 - go.gale.com

The creation or title changes of scientific journals in the information and documentation (ID) area in the period 2013-2018 are analyzed. Based on the total of 62 such journals identified through ISSN Portal and Ulrichsweb, the following are described: characteristic aspects ...

77

[PDF] Why are new journals created? An international analysis of Information and Documentation titles (2013-2018)

C Urbano, RS Rodrigues, M Somoza-Fernández... - core.ac.uk

The creation or title changes of scientific journals in the information and documentation (ID) area in the period 2013-2018 are analyzed. Based on the total of 62 such journals identified through ISSN Portal and Ulrichsweb, the following are described: characteristic aspects ...

77

Why are new journals created?: An international analysis of Information and Documentation titles (2013-2018)

C Urbano, RS Rodrigues, MS Fernández... - El profesional de la ..., 2020 - dialnet.unirioja.es

Se analiza la creación o cambios de título de las revistas científicas del área de Información y Documentación (ID) en el periodo de 2013-2018. A partir de un total de 62 revistas identificadas a través de ISSN Portal y Ulrichsweb se describen: aspectos característicos ...

77

Why are new journals created? An international analysis of Information and Documentation titles (2013-2018).

C Urbano, R Schwarz Rodrigues... - El Profesional de la ..., 2020 - search.ebscohost.com

The creation or title changes of scientific journals in the information and documentation (ID) area in the period 2013-2018 are analyzed. Based on the total of 62 such journals identified through ISSN Portal and Ulrichsweb, the following are described: characteristic aspects ...

77

Why are new journals created? An international analysis of Information and Documentation titles (2013-2018)

C Urbano, RS Rodrigues... - El Profesional de la ..., 2020 - search.proquest.com

The creation or title changes of scientific journals in the information and documentation (ID) area in the period 2013-2018 are analyzed. Based on the total of 62 such journals identified through ISSN Portal and Ulrichsweb, the following are described: characteristic aspects ...

77

Why are new journals created? An international analysis of Information and Documentation titles (2013-2018)

C Urbano, RS Rodrigues... - El Profesional de la ..., 2020 - diposit.ub.edu

The creation or title changes of scientific journals in the information and documentation (ID) area in the period 2013-2018 are analyzed. Based on the total of 62 such journals identified through ISSN Portal and Ulrichsweb, the following are described: characteristic aspects ...

Una revista en línea...¿es algo más que un conjunto de artículos certificados que “circulan / flotan” por internet?



Enrique **Dans**

EN ES



<https://www.enriquedans.com/2021/05/el-problema-de-depender-de-terceros.html> (2 mayo 2021)

El problema de depender de terceros



Un interesante artículo en Harvard Business Review, titulado «*Don't let platforms commoditize your business*», expande una idea que llevo aconsejando a todo aquel que me escucha en mis clases y conferencias: por mucho que te pueda parecer atractivo utilizar una plataforma online establecida para tus fines, sean estos vender *online* o cuestiones como dar más alcance a tus contenidos o a tu

marca, trata de construir tu propia presencia en la red completamente independiente de ese tipo de plataformas, y utilízalas simplemente como una forma de suplementar lo que haces, no como una sustitución.

Una revista en línea...¿es algo más que un conjunto de artículos certificados que “circulan / flotan” por internet?



Open Access Scholarly
Publishing Association

Guest Post by Jean-Claude Guédon: Scholarly Communication and Scholarly Publishing

April 21, 2021 by [Guest Author](#)

<https://oaspa.org/guest-post-by-jean-claude-guedon-scholarly-communication-and-scholarly-publishing/>

This is a guest post by Jean-Claude Guédon, Professeur honoraire, Université de Montréal, Canada

I. Scholarly publishing vs. scholarly communication

In December, I responded to an “[Open Post](#)” signed by a diverse group of scholarly publishers: commercial, learned societies, and university presses. Despite differing perspectives and objectives, all the signatories opposed “immediate green OA”. Their unanimity apparently rested on one concept: the “version of record”.

En nuestra opinión: Sí !!!



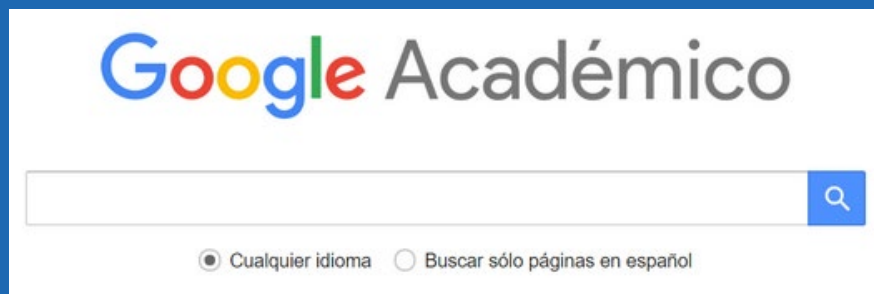
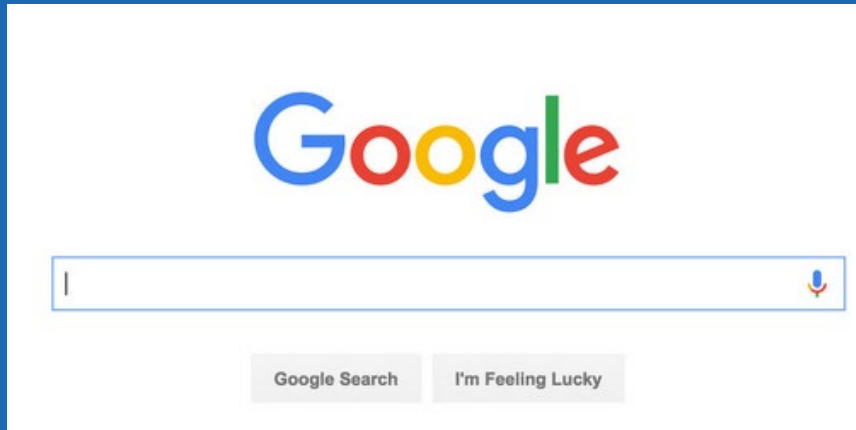
Del desempeño y las métricas,
a nivel de artículo “suelto”...



... al desempeño global como sitio web, tanto
del contenido citable como no citable

¿Invitan ustedes a visitar la revista cuando se recupera el contenido fuera del marco web de la revista?

Fuentes de tráfico en ocasiones llevan al PDF directo



Links al sitio web de la revista desde artículo en PDF

Comment on Melamed, Munn, Barry, Montgomery, and Okuwobi, ASR, December 2019



On the Methodological Difficulty of Identifying Implicit Racial Beliefs and Stereotypes

American Sociological Review
2020, Vol. 85(6) 1117–1122
© American Sociological
Association 2020



DOI: 10.1177/0003122420969629
journals.sagepub.com/home/asr





Moa Bursell^a  and Filip Olsson^b 

Abstract

In “Status Characteristics, Implicit Bias, and the Production of Racial Inequality,” Melamed, Munn, Barry, Montgomery, and Okuwobi present an innovative and intriguing study on social influence, status beliefs, and implicit racial bias. To capture status-based expectancies, the authors measure implicit racial status beliefs using an Implicit Association Test (IAT) with words related to high and low status. We identify an important flaw in the study’s analytic approach that severely limits the conclusions that can be drawn based on the study. We argue that the authors neglected to separate the valence of the words included in the racial status IAT with the stereotype content of these words. It is therefore possible that the study’s racial IAT only captures implicit racial evaluations, and not status-based implicit racial beliefs.

¿Invitan ustedes a visitar la revista cuando se recupera el contenido fuera del marco web de la revista?

← → ↻ 🏠  No es seguro  profesionaldelainformacion.com.sire.ub.edu/contenidos/2020/jul/urbano-rodriguez-somoza-rodriguez.pdf ☆ 📷

☰ urbano-rodriguez-somoza-rodriguez.pdf

1 / 19 | - 100% + | 📄 ↺

Why are new journals created? An international analysis of Information and Documentation titles (2013-2018)

Cristóbal Urbano; Rosângela Schwarz Rodrigues; Marta Somoza-Fernández; Josep-Manuel Rodríguez-Gairín

Nota: Este artículo se puede leer en español en:

http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2020/jul/urbano-rodriguez-somoza-rodriguez_es.pdf

How to cite this article:

Urbano, Cristóbal; Rodrigues, Rosângela Schwarz; Somoza-Fernández, Marta; Rodríguez-Gairín, Josep-Manuel (2020). "Why are new journals created? An international analysis of Information and Documentation titles (2013-2018)". *Profesional de la información*, v. 29, n. 4, e290413.

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.13>

Manuscript received on April 28th 2020
Accepted on June 08th 2020

¿Invitan ustedes a visitar la revista cuando se recupera el contenido fuera del marco web de la revista?

Inicio / Archivos / Vol. 29 Núm. 4 (2020): Investigación en Información y Comunicación / Artículos de investigación / Research articles

Why are new journals created? An international analysis of Information and Documentation titles (2013-2018)

Cristóbal Urbano

Departament de Biblioteconomia, Documentació i Comunicació Audiovisual. Universitat de Barcelona. Barcelona, España.

 <https://orcid.org/0000-0003-0935-6436>

Rosângela Schwarz Rodrigues

Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, SC, Brasil.

 <https://orcid.org/0000-0002-9639-6390>

Marta Somoza-Fernández

Departament de Biblioteconomia, Documentació i Comunicació Audiovisual. Universitat de Barcelona. Barcelona, España.

 <https://orcid.org/0000-0002-4769-9010>

Josep-Manuel Rodríguez-Gairín

Departament de Biblioteconomia, Documentació i Comunicació Audiovisual. Universitat de Barcelona. Barcelona, España.

 <https://orcid.org/0000-0001-8375-7911>

DOI: <https://doi-org.sire.ub.edu/10.3145/epi.2020.jul.13>

Resumen



 PDF (English)



Why are new journals created? An international analysis of Information and Documentation titles (2013-2018)

 Descargar



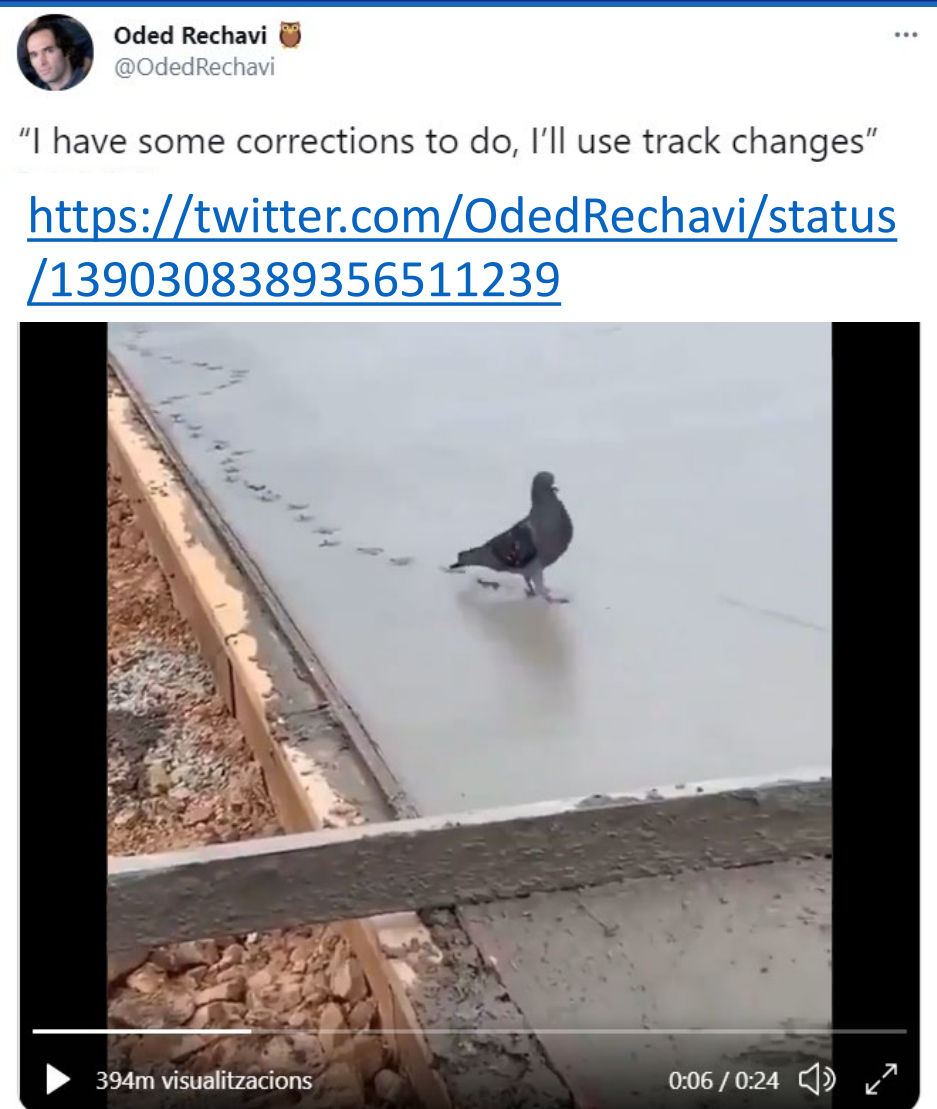
1



Automatic Zoom



¿Qué es esto de la analítica web?



“Para realizar una minuciosa analítica web, necesitamos incluir no sólo el «por qué», sino también preguntas clave que nos ayuden a tomar decisiones inteligentes sobre nuestra presencia en la web.”

“Analítica web 2.0 significa lo siguiente: el análisis de datos cualitativos y cuantitativos de su sitio web y de la competencia, para impulsar una mejora continua de la experiencia online que tienen tanto los clientes habituales como los potenciales y que se traduce en unos resultados esperados (online y offline)”

Avinash Kaushik, *Analítica Web 2.0: el arte de analizar resultados y la ciencia de centrarse en el cliente* (Barcelona: Gestión 2000, 2011)

¿Qué es esto de la analítica web?

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"
    "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<!-- Añadido icono url -->
<link rel="shortcut icon" href="http://www.profesionaldelainformacion.com/epi.ico"/

<title>Profesional de la informaci&oacute;n</title>
<meta http-equiv="Content-Type"
content="text/html; charset=iso-8859-1" />

<script type="text/javascript">
    (function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){
    (i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(o),
    m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
    })(window,document,'script','//www.google-analytics.com/analytics.js','ga');

    ga('create', 'UA-5967675-2', 'auto');
    ga('send', 'pageview');

</script>
```

¿Qué es esto de la analítica web?



Informe “Flujo del comportamiento” 15/5/2021-22/5/2021 (cuenta Google Analytics de la revista EPI)

¿Qué es esto de la analítica web?



Usuarios
Todos los usuarios
227.181

Paso por about_OR_autho...
9.335

Usuarios nuevos
Todos los usuarios
226.110

Paso por about_OR_autho...
7.129

Sesiones
Todos los usuarios
332.910

Paso por about_OR_autho...
16.188

Número de sesiones por usuario
Todos los usuarios
1,47

Paso por about_OR_autho...
1,73

Número de visitas a páginas
Todos los usuarios
703.843

Paso por about_OR_autho...
50.242

Páginas/sesión
Todos los usuarios
2,11

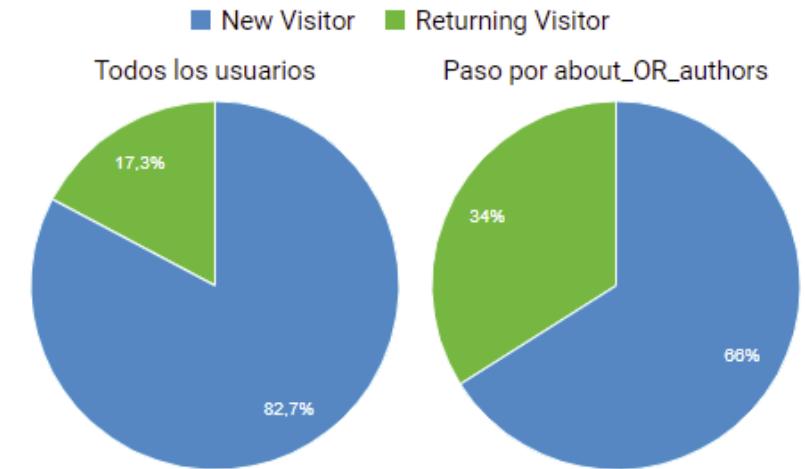
Paso por about_OR_autho...
3,10

Duración media de la sesión
Todos los usuarios
00:01:46

Paso por about_OR_autho...
00:03:43

Porcentaje de rebote
Todos los usuarios
52,49 %

Paso por about_OR_autho...
50,54 %



Informe "Vista general audiencia" 27/5/2020- 26/5/2021 (cuenta Google Analytics de la revista EPI), con dos segmentos, uno de ellos con visitas a páginas de presentación

¿Qué es esto de la analítica web?

Audiencia

¿Quién nos visita y con qué intensidad lo hace?

Volumen de visitas

Porcentaje de rebote

Número de páginas vistas

Recurrencia de los usuarios

Adquisición

¿Cómo llegan al sitio web?

Tráfico orgánico

Tráfico de referencia

Tráfico social

Campañas de Mailing

Comportamiento

¿Qué hacen en el sitio web?

Páginas más visitadas

Consultas/Descargas de artículos no-html

Páginas de destino

Páginas de salida

Conversión

¿Hacen aquello que esperamos que hagan?

Visita a la página de presentación

Suscripciones

Altas de autores

Visitas de más de "n" páginas

¿Qué nos interesa medir / analizar?

Consulta y descarga de artículos

HTML de la presentación/resumen de los artículos

Artículos en HTML

HTML del marco de visualización de PDF de los artículos

Descargas o apertura directa de PDF, EPUB, etc.

Evaluación y optimización del sitio web

Navegación de los usuarios en páginas que no son artículos

Páginas de entrada y salida

Porcentaje de rebote

Navegación desde un artículo a otros artículos y otras páginas que no son artículos

Captación de nuevos usuarios (lectores, autores, revisores) y su retención/fidelización

¿Conseguimos lo que pretendemos? (El concepto de “conversión”)



- Visitas a más de “n” páginas
- Interacción con contenido específico
- Visitas a la página de información para autores

- Alta de suscriptores a un newsletter (adicionalmente envío de sumarios, o call-for-papers, ...)
- Alta de autores
- Alta de revisores
- Compra de contenido de pago
- Captación de publicidad
- Visita al sitio web del patrocinador

¿Conseguimos lo que pretendemos? (El concepto de “conversión”)

Buscar informes y artículos

Personalización

INFORMES

- En tiempo real
- Audiencia
- Adquisición
- Comportamiento
- Conversiones**
 - Objetivos
 - Vista general**
 - URLs objetivo
 - Ruta de objetivo invertida
 - Gráfico del embudo de conversión

Este informe requiere que los objetivos estén habilitados para la vista.

¿Qué son los objetivos?

Los objetivos permiten medir de una forma versátil la consecución de objetivos segmentados del sitio o de la aplicación. Puede configurar objetivos individuales para acciones discretas, como una página de agradecimiento tras un registro, una pantalla de Descarga completa, una duración de sesión mínima o un importe de compra específico.

¿Por qué se deben configurar objetivos?

Puede medir las conversiones o los porcentajes de consecución de cada uno de los objetivos que configure. Combine los objetivos con embudos de conversión para analizar las acciones de los usuarios que lleven a la consecución de un objetivo. Si establece un valor monetario para un objetivo, también podrá ver el valor de las conversiones.

Ejemplos de objetivos:

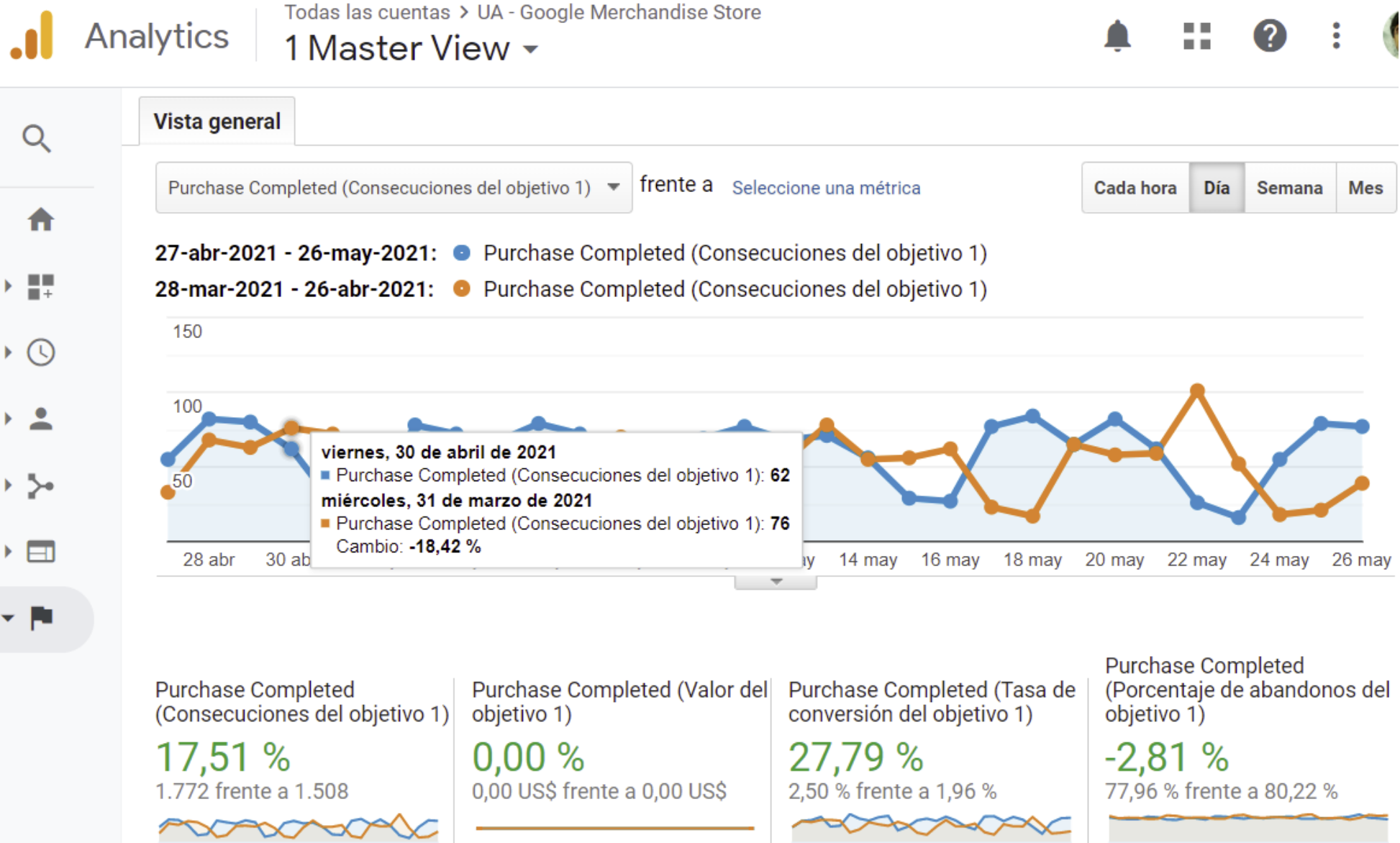
- Páginas de agradecimiento por el registro
- confirmaciones de itinerarios de vuelo
- Página "Descarga finalizada"

Consulte con su administrador de vistas para habilitar objetivos.

[Más información](#)

Informe “Vista general de conversiones” (cuenta Google Analytics de una revista X que no ha definido objetivos de conversión) ☹

¿Conseguimos lo que pretendemos? (El concepto de “conversión”)



**Informe “Vista general de conversiones”
27/4/2021- 26/5/2021
(cuenta Google Analytics de Demo de Google Merchandise Store)
filtrado por conversiones al Objetivo 1: “Purchase Completed”**

¿Funcionan las campañas que lanzamos?

Publicidad

Background

Missing values are a key issue in the statistical analysis of proteomic data. Defining the strategy to address missing values is a complex task in each study, potentially affecting the quality of statistical analyses.

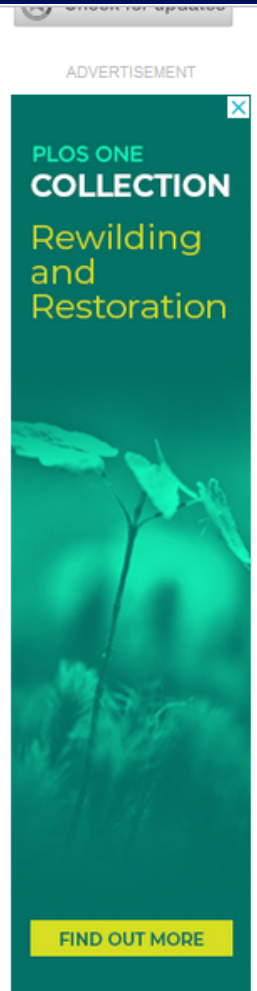
Results

We have developed OptiMissP, a dashboard to visually and qualitatively evaluate missingness and guide decision making in the handling of missing values in proteomics studies that use data-independent acquisition mass spectrometry. It provides a set of visual tools to retrieve information about missingness through protein densities and topology-based approaches, and facilitates exploration of different imputation methods and missingness thresholds.

Conclusions

OptiMissP provides support for researchers' and clinicians' qualitative assessment of missingness in proteomic datasets in order to define study-specific strategies for the handling of missing values. OptiMissP considers biases in protein distributions related to the choice of imputation method and helps analysts to balance the information loss caused by low missingness thresholds and the noise introduced by selecting high missingness thresholds. This is complemented by topological data analysis which provides additional insight to the structure of the data and their missingness. We use an example in Chronic Kidney Disease to illustrate the main functionalities of OptiMissP.

Figures



Call for papers

Call for Papers



¿Con qué herramienta trabajar?



Siteimprove

webtrends



Adobe Experience Cloud



¿Con qué herramienta trabajar?



Home More ▾

Search for researchers, publications, and r



+ Add new



Cristobal Urbano

24.53 · University

https://www.researchgate.net/post/Do_you_know_any_open_access_journal_using_Matomo_for_web_analytics_at_the_journal_website

Do you know any open access journal using Matomo for web analytics at the journal website?

Question Asked June 8, 2020 in the project [Web analytics for open access journals websites](#)

Everything seems to indicate that Matomo (<https://matomo.org/>) is configured in a more consistent way with demanding privacy policies than other web analytics services. So, I wonder if the low use of Matomo in open access scientific journals (for instance managed with OJS) is because Matomo is not a blockbuster brand in the web arena, or is it because OJS and other CMS offer the Google Analytics plugin almost for default.

Google Analytics has a huge share of the sites that use client-side web analytics solutions, as we found some time ago when we surveyed a sample of OA journal websites:

In an exploratory test that we carried out in 2019, we observed that from a random sample of 356 journals out of the 4668, which appear in DOAJ, they indicated "OJS" in the "Platform, host or aggregator" field and that they explicitly declare not charge APC, the 47.18% had the GA tracking code activated. 18.10% other client-side program codes but no GA (very few were Matomo), and 34.72% no statistical tracker (random sample prepared with a confidence interval 95% and 5% margin of error). Ghostery browser extension (<https://www.ghostery.com>) was used to detect tracking codes. The data source used was the Excel file obtained on 05-22-2019 from the DOAJ website (<https://doaj.org/csv>): out of a total of 13,226 DOAJ records that appeared in the downloaded file, 5,445 had the acronym OJS or the phrase "Open Journal Systems" in the field "Platform, host or aggregator".



PALABRA CLAVE

MAY 2021

ALL VISITS



Dashboard

Visitors

Overview

Visits Log

Real-time

Real-time Map

Locations

Devices

Software

Times

User IDs

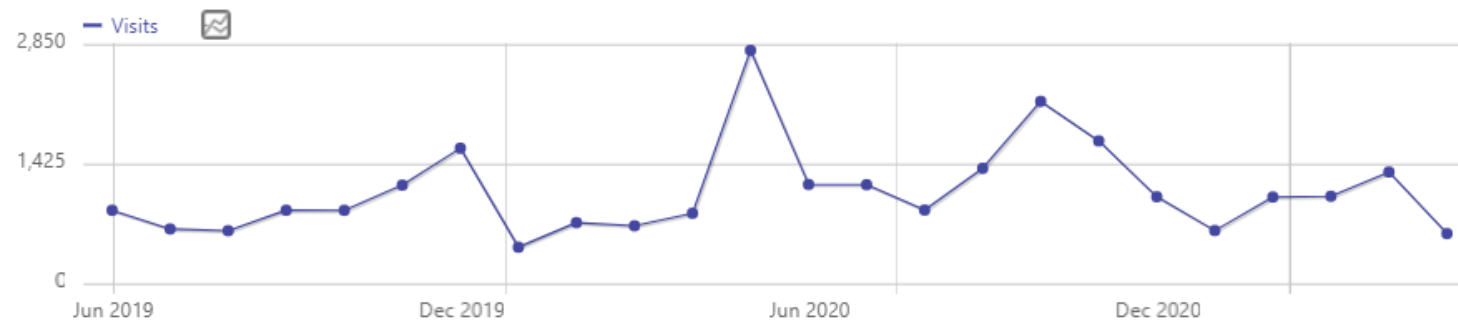
Custom Variables

Behaviour

Acquisition

Goals

Visits Over Time



Caso revista *Palabra clave* en el portal de revistas de la UNLP (Argentina):

<https://www.revistas.fahce.unlp.edu.ar/stat/>

Visits Overview



580 visits, **386** unique visitors



3 min 47s average visit duration



51% visits have bounced (left the website after one page)



3.3 actions (page views, downloads, outlinks and internal site searches) per visit



1,811 pageviews, **1,176** unique pageviews



0 total searches on your website, **0** unique keywords



26 downloads, **22** unique downloads



89 outlinks, **75** unique outlinks

¡Gracias!

Nos gustaría saber su experiencia con la AW...

¿Son editores?

¿Utilizan herramientas de AW?

¿Cuáles?

¿Para qué las utilizan?

Ustedes tienen la palabra (encuesta en vivo):

<http://etc.ch/B2iu>



Profesional de la
información



Cristóbal Urbano
urbano@ub.edu

Alex Vitela-Caraveo
alexvitelac@gmail.com



Journals & Authors
comunica la ciencia



Fundación Dialnet
UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

XERCODE

SPRINGER NATURE



GUDINFO
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO



cygnusmind®