

La IA en los procesos editoriales de las revistas académicas

Dr. Carlos Lopezosa

Universitat de Barcelona

lopezosa@ub.edu

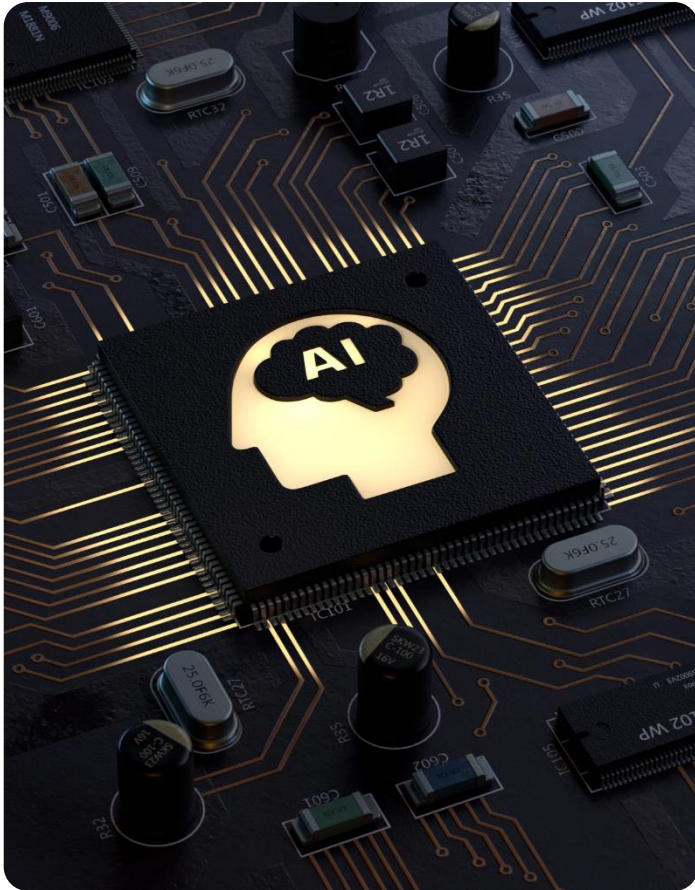
Jornada sobre IA y revistas académicas

16 de marzo de 2026



Red CIBERCOM

Contexto



- La irrupción de la inteligencia artificial ha transformado el ecosistema de las publicaciones académicas, actuando como un catalizador que acelera la producción pero que, al mismo tiempo, pone a prueba la integridad del sistema lo que supone **desafíos** y **oportunidades**

Desafíos

¿Qué tienes en mente hoy?

+ Hazme un marco teórico sobre revistas científicas e inteligencia artificial



Your Text is AI/GPT Generated



Muchos años después, frente al pelotón de fusilamiento, el coronel Aureliano Buendía había de recordar aquella tarde remota en que su padre lo llevó a conocer el hielo. Macondo era entonces una aldea de veinte casas de barro y cañabrava construidas a la orilla de un río de aguas diáfanas que se precipitaban por un lecho de piedras pulidas, blancas y enormes como huevos prehistóricos. El mundo era tan reciente, que muchas cosas carecían de nombre, y para mencionarlas había que señalarlas con el dedo.

Humanize Text

Make Your Text Human With Undetectable AI

■ Highlighted text is suspected to be most likely generated by AI*

504 Characters

85 Words



Export to PDF

Fuente:

<https://x.com/jorgecarrion21/status/2036874306576081112?s=46>

Desafíos

Se confirma que declarar el uso de la IA les hace estar en clara desventaja frente a los que no la usan o no la declaran



Organizational Behavior and Human
Decision Processes

Volume 188, May 2025, 104405



The transparency dilemma: How AI disclosure erodes trust

Oliver Schilke^{a b}  , Martin Reimann^{c d}

[Show more](#) 

 Add to Mendeley  Share  Cite

<https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2025.104405> 

[Get rights and content](#) 

Under a Creative Commons [license](#) 

 [Open access](#)

Desafíos

■ Revisión por pares

*

- I confirm that I did not use any generative AI or AI-assisted technological methods to prepare this reviewer report. The review report was prepared by myself from my own evaluation and writing. MDPI reserves the right to conduct an investigation and retract reports found to be using such tools.
- By checking this box, you consent to MDPI sharing your full name and current email address along with publication details related to this review to Clarivate to claim your review credits in their Web of Science Reviewer Recognition Service. To find out more, please click on this [link](#). You may also read MDPI's [privacy policy](#) on how we handle your data.

Submit

or

Save as draft (submit later)

MIT Press: Journal Publication Ethics

The MIT Press adheres to the ethical guidelines for journal publications put forth by the Committee on Publication Ethics (COPE) and International Committee of Medical Journal Editors (ICMJE), viewable on the [COPE website](#), and [ICMJE website](#). The MIT Press is a member of COPE via its membership in the Association of University Presses (AUPresses). The AUPresses have recently become an Associate member of COPE.

How to raise a concern. Anyone who believes that research published in an MIT Press journal has not been carried out in line with these principles should raise their concerns with the journal's editorial office or email the Press at publishingethics@mitpress.atlassian.net.

Authorship. The corresponding author is responsible for the appropriateness and completeness of the authorship list, appropriate credit attribution, and agreement of all authors to the journal's open access, ethical, and if applicable, data sharing policies. We follow the guidelines set out by the Contributor Roles Taxonomy Project (CRediT) to assign author contributions. The corresponding author is responsible for declaring these contributions, which are required for all Research, Methods and Data articles.

Originality. All articles published in any MIT Press journal must represent original work. While under consideration at an MIT Press journal, they cannot be

This site uses cookies. By continuing to use our website, you are agreeing to [our privacy policy](#). Accept

No content on this site may be used to train artificial intelligence systems without permission in writing from the MIT Press.

Desafíos

[CITA] Análisis cualitativo con IA y software CAQDAS

[C Lopezosa](#), [L Codina](#) - [Hipertext.net](#), 2023

☆ [Desa](#) [Cita](#) [Citat per 2](#) [Articles relacionats](#)



[Anterior](#)

[1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#) [8](#) [9](#) [10](#)

[Següent](#)

[Home](#) / [Archives](#) / [No. 26 \(2023\): The Impact of Artificial Intelligence in Communication. Trends](#)
/ [Letters. Monograph](#)

ChatGPT and scientific communication: towards the use of Artificial Intelligence that is as useful as it is responsible



[PDF \(Castellano\)](#)

Carlos Lopezosa

Universitat de Barcelona

<https://orcid.org/0000-0001-8619-2194>

This paper presents considerations for a useful and responsible use of Artificial Intelligence (AI) in scientific communication. We focus on the use of ChatGPT, a language model developed by the company OpenAI that uses natural language processing (NLP) techniques to generate coherent and natural real-time responses. This article describes how this artificial intelligence may be changing the way science is conducted, and more specifically, how it may affect at least some research designs, data



Revistes Catalanes
amb Accés Obert



Universitat
Pompeu Fabra
Barcelona

INDEXING



Journal Citation Reports
JCR, 2024



Oportunidades

Algunas revistas están dando gran peso a la IA:

- Monográficos sobre IA
- Uso de procesos específicos sobre IA
- Invitación a autores y revisores a que usen y por supuesto declaren el uso de la IA
- Revistas que están incluyendo como temática central la IA

Oportunidades: ejemplos

- Revisión por pares

The screenshot displays the website for the journal 'Educare'. At the top, there is a navigation bar with links for Home, Current, Next Issue, Preprints, Archives, Editorial Team, Indexed in, Statistics, About, Guidelines, and a search function. The journal's logo and the text 'Revista electrónica@ Educare' are visible. Below the navigation bar, the EISSN number 1409-4258 is shown. A central banner provides submission information for 2026, including the submission period (01.06.2026 - 15.06.2026) and the deadline (hasta 6pm hora Costa Rica). To the right of this banner is a circular logo for the 'Declaración de Heredia' initiative. Below the submission information, there are logos for Scielo and a statement that the journal is indexed in Scielo. On the right side of the page, there is a 'Language' section with options for English, Español, and Portugués.

Register Login

UNA
UNIVERSIDAD
NACIONAL
COSTA RICA

Home Current Next Issue Preprints Archives Editorial Team Indexed in Statistics About Guidelines Search

Announcements Submissions Search Contact

EISSN: 1409-4258

Revista Electrónica Educare
Educare Electronic Journal

COMUNICA
INFORMS
COMUNICA

Período de recepción 2026
Submission period 2026
Período de envío 2026

01.06.2026 - 15.06.2026
hasta 6pm hora Costa Rica

Declaración de Heredia
Firmante de la
Principios • Inteligencia artificial • Educación Científica

La Revista Electrónica Educare
está indizada en **Scielo!**

Educare Electronic Journal
indexed in **Scielo!**

Language
English
Español
Portugués

Oportunidades: ejemplos

- Revisión por pares

MY FRONTIERS

✕ A I R A ✕

Hi, I'm your AI Review Assistant

I'm here to support you. I can help summarize, extract claims, or find gaps. Remember to validate what I give you, so it supports your own expertise rather than replace it.

Get started with common questions

- Generate a preliminary checklist for reviewing this manuscript.
- What key aspects should I focus on when evaluating the Methodology section?
- What are the key elements to check for in the manuscript's Introduction section?
- Suggest ways to check if the conclusions are well-supported by the presented results.

Ask anything about manuscript

...ity. [View AI guidelines](#) ✕

A I R A

Hi, I'm your AI Review Assistant

Ask me anything about the manuscript – structure, claims, or clarity.

[Ask AIRA](#)

Oportunidades: ejemplos

- Revistas que cambian su foco

The screenshot shows the top navigation bar of the NEJM AI website. The main navigation menu includes links for 'The New England Journal of Medicine', 'NEJM Evidence', 'NEJM AI' (which is underlined), 'NEJM Catalyst', and 'NEJM Journal Watch'. On the right side of the navigation bar, there are links for 'SIGN IN', 'CREATE ACCOUNT', and a red 'SUBSCRIBE' button. Below the navigation bar, the NEJM AI logo is displayed on the left, and a secondary navigation menu includes 'CURRENT ISSUE', 'RECENTLY PUBLISHED', 'PODCAST', 'EVENTS', 'ABOUT', and 'AUTHOR CENTER', followed by a search icon. A light blue banner at the bottom of the screenshot contains the text: 'NEJM AI is a journal exploring cutting-edge research and applications of artificial intelligence in clinical medicine.' with a close button (X) on the right.

Oportunidades: ejemplos

- Revistas que cambian su foco

Infonomy

Actual Archivos Avisos Acerca de ▾ Próximas secciones temáticas Uso de la inteligencia artificial Indexación

Inicio / Uso de la inteligencia artificial

Uso de la inteligencia artificial

Manifiesto editorial de Infonomy sobre el uso de inteligencia artificial (IA)
Julio de 2025

En la revista *Infonomy* creemos que la inteligencia artificial (IA) es una herramienta poderosa para el avance de la ciencia, la edición académica y el trabajo intelectual en general. Lejos de verla como una amenaza, consideramos que bien utilizada puede enriquecer la producción científica.

Por ello, hemos adoptado la siguiente postura editorial:

- 1. Uso permitido y recomendado**
Autoras y autores pueden utilizar herramientas de IA generativa (como ChatGPT, Gemini, Claude u otras) en cualquier etapa de la elaboración de sus artículos: desde la búsqueda de información hasta la redacción, el resumen, el análisis de datos o la traducción. Animamos a hacerlo de manera consciente y responsable, sabiendo aprovechar su potencial.
- 2. Responsabilidad final humana**
Todo contenido enviado a *Infonomy* debe ser revisado, corregido y validado por los propios autores. La IA puede ayudar, pero no sustituye la responsabilidad intelectual y científica del autor humano, quien responderá íntegramente por la veracidad, originalidad, coherencia y valor del texto.
- 3. No exigimos declaración del uso de IA**
A diferencia de algunas editoriales o comités, en *Infonomy* no exigimos que se declare el uso de IA en los artículos. Consideramos que el uso de herramientas tecnológicas (como procesadores de texto, traductores automáticos o software estadístico) forma parte natural del trabajo académico actual, y lo importante es el resultado final.
- 4. Sin atribución de autoría a la IA**
La IA no puede figurar como coautora de un artículo, ya que no tiene responsabilidad ética ni capacidad legal. Esta es también la posición del *Committee on Publication Ethics (COPE)* y de las principales editoriales científicas.
- 5. Evaluación editorial y revisión por pares**
Como siempre, los textos serán evaluados por el equipo editorial y por revisores externos. Si detectamos incoherencias, errores graves, invención de datos o referencias, el artículo será rechazado, independientemente de si fueron generados


Oportunidades: ejemplos

- Revistas con asistencia al usuario

ASISTENTE DE IA



¡Hola! Soy Nora, la inteligencia artificial de *index.comunicación*.
¿Necesitas ayuda?



The screenshot shows a browser window titled "Index Comunicación". The page features the "IXC" logo at the top center. Below the logo, the text reads: "Soy Nora, asistente de Index Comunicación. Consulta artículos por año y volumen, normas de envío, políticas..." followed by "Por Rafael Oscar Ramiro Martínez". There are two input boxes for user queries: "Muéstrame las normas de publicación para nuevos autores." and "¿Qué artículos se publicaron en el primer volumen de la revista?". At the bottom, there is a text input field with the placeholder "Enviar un mensaje a Index Comunicación" and icons for adding attachments, voice search, and sending.

Oportunidades: ejemplos prácticos

"Tengo un artículo académico para evaluar. Te voy a dar la siguiente información básica, necesito que me ofrezcas posibles evaluadores para este artículo ofrézcame sus perfiles en Google Scholar o similar para verificar su idoneidad como evaluadores: "título: Autoridad digital y estrategias SEO off-page en los medios digitales: evaluación de 20 referentes internacionales" "pequeño abstract: Este artículo analiza las estrategias de SEO off-page de veinte medios digitales internacionales a partir del estudio de sus perfiles de enlaces entrantes (backlinks). El objetivo es comprender cómo la cantidad, calidad y distribución de estos enlaces inciden en la autoridad digital y en la visibilidad en buscadores de cada cabecera."

Oportunidades: ejemplos prácticos

¡Perfecto! Con el título y el resumen que das, necesitas gente con trayectoria en SEO (especialmente off-page/link building), webometría/bibliometría aplicada a autoridad digital y, de ser posible, SEO en medios. Aquí tienes 10 posibles evaluadores, con perfiles verificables y por qué encajan:

1. Lluís Codina (UPF) — referencia en SEO aplicado a comunicación y análisis de ranking/autoridad (incluyendo factores off-page en Google Scholar). [Google Académico +2](#)
2. Carlos Lopezosa (UB) — investiga SEO y periodismo digital; coautor en sesgos/posicionamiento y métricas que conectan autoridad y visibilidad. [Google Académico +1](#)
3. Cristòfol Rovira (UPF) — experto en buscadores y ranking; coautor de trabajos sobre cómo factores externos afectan la visibilidad. [Google Académico +1](#)
4. Andreas Veglis (Aristotle University of Thessaloniki) — profesor de Media Informatics; amplia producción sobre SEO en redacciones y medios. [Google Académico +1](#)
5. Dimitrios Giomelakis (University of Cyprus) — trabajos sobre “Semantic SEO” en medios y análisis de SEO en webs de noticias. [Google Académico +2](#)
6. Minos-Athanasios Karyotakis — autor de un estudio específico sobre prácticas SEO en sitios de noticias (útil para comparar con tu muestra de 20 cabeceras). [Google Académico +1](#)
7. Dirk Lewandowski (HAW Hamburg) — autoridad en búsqueda/IR y efectos del SEO en resultados; visión sólida para validar metodología de enlaces y autoridad. [Google Académico +1](#)
8. Enrique Orduña-Malea (UPV) — webometría/bibliometría; análisis de estructuras de enlaces y “autoridad de dominio” desde perspectiva científica. [Google Académico](#)
9. Alberto Martín-Martín (UGR) — estudios sobre Google Scholar, cobertura y ranking; aporta criterio metodológico sobre señales externas y visibilidad. [Google Académico +1](#)
10. Emilio Delgado López-Cózar (UGR) — referente en evaluación científica/Google Scholar; experiencia en cómo señales externas condicionan visibilidad. [Google Académico +1](#)

Notas rápidas:

- Si quieres priorizar perfiles con foco directo en SEO de medios, empieza por Veglis, Giomelakis y Karyotakis (4–6); para robustez metodológica de autoridad/backlinks y ranking, Codina, Lopezosa y Rovira (1–3) son muy pertinentes; y para control metodológico en señales/autoridad desde webometría, Lewandowski, Orduña-Malea, Martín-Martín y Delgado López-Cózar (7–10).
- Puedo filtrarte por idioma, región o excluir conflictos de interés si me dices autores/afiliaciones del artículo.

Oportunidades: ejemplos prácticos

tego una revista académica pero su sitio web necesita mejoras de usabilidad, ¿podrías revisar mi web como si fueras experto en este campo para intentar mejorar la web? Aquí el enlace:
<https://bid.ub.edu>

Oportunidades: ejemplos prácticos

He revisado la página de **BID (biblioteconomia i documentació / revista académica de la UB)** y te comento una evaluación desde el punto de vista de usabilidad / experiencia de usuario + sugerencias de mejora. Si prefieres, puedo presentar división por tipos (navegación, accesibilidad, contenido, SEO, etc.).

✓ Lo que funciona bien

Estos son algunos puntos fuertes que ya hay y conviene conservar:

- Menú claro con secciones importantes: inicio, presentación, revisores, call for papers, etc.
 - Multilingüe: catalana, español, inglés. Eso ya mejora la accesibilidad internacional. [bid.ub.edu](#)
 - PDF accesible directamente en los artículos; enlace visible. [bid.ub.edu](#)
 - Identificación visual de número actual ("Número 54, junio 2025"), sección monográfica, etc., lo que ayuda a entender dónde estás. [bid.ub.edu](#)
 - En pie de página, datos de contacto, institucional; reconocimiento de derechos y enlace con la universidad. Información de que "Funciona gracias a GeneratePress" lo que sugiere cierta base moderna de tema WP. [bid.ub.edu](#)
-

⚠ Problemas / áreas de mejora

Aquí algunos puntos de fricción o donde la experiencia de usuario podría mejorarse:

1. Carga visual / jerarquía de información poco clara

- La página de inicio tiene muchos bloques de artículos: "Tribuna", "Monogràfic", "Miscel·lània" etc. Bien diferenciados, pero podría reforzarse con un destacado gráfico o slider para lo más reciente o más relevante para guiar al usuario.
- Los PDFs aparecen siempre, pero a veces la distinción de idioma no está muy visible inmediatamente.

2. Búsqueda

- Aparece "Cerca" (buscar), pero no sé si hay filtros potentes (por autor, año, tema, idioma). Tener filtros ayuda mucho a quien busca artículos específicos.
- Sería útil que la búsqueda permita ordenar resultados (más recientes, más citados) si esos datos están disponibles.

Oportunidades: ejemplos prácticos

3. Responsive / dispositivos móviles

- No he probado exhaustivamente, pero siendo un tema WordPress moderno, es probable que esté mobile-friendly; sin embargo, algunas tablas o PDF podrían no visualizarse bien en móviles. Hay que asegurarse de que los PDFs se adaptan o se ofrecen versiones optimizadas para pantallas pequeñas.

4. Velocidad de carga, optimización

- No tengo datos concretos de velocidad, pero hay imágenes, logos, posiblemente scripts de terceros (analytics, etc.). Comprimir imágenes, lazy load, minimizar CSS/JS puede mejorar rendimiento.

5. SEO técnico y descubrimiento

- Aunque parece indexada ("Indexada" en menú), convendría revisar metaetiquetas, uso de schema.org para artículos (Article, ScholarlyArticle), para mejorar la visibilidad en buscadores académicos.
- Verificar que los PDFs estén correctamente accesibles para motores de búsqueda (no bloqueados), que tengan metadatos (titulo, autor, resumen) embebidos.
- URLs amigables, estructura clara de enlaces internos para fortalecer autoridad interna.

6. Accesibilidad

- Revisar contraste de texto y fondo, especialmente en títulos o bloques destacados.
- Asegurarse de que todas las imágenes tengan texto alternativo ("alt"). Ej. logos, imágenes de cabecera.
- Elementos navegables con teclado, aria-labels donde sea necesario.

7. Identidad visual / estética

- Aunque la apariencia es limpia, podría reforzarse con una mejor consistencia de estilo gráfico: tipografía, espacios, márgenes.
- En la portada, quizá destacar algunos artículos "destacados" con imágenes grandes, mientras otros van en lista. Eso atrae la atención del lector.

8. Call for Papers / presentación de manuscritos

- Proceso claro con instrucciones completas, FAQs, modelos, formatos recomendados. Si no lo hay, reflejar claramente los plazos, normas de estilo, política de revisión.
- Un sistema de seguimiento de envío o al menos notificaciones claras para los autores.

9. Interacción con comunidad / redes

- Presencia de botones para compartir artículos en redes sociales académicas (Mendeley, Zotero, Twitter, LinkedIn) mejorar visibilidad.
- Newsletter, alertas de artículo nuevo, suscripción para autores o lectores; puede fidelizar audiencia.



Oportunidades: ejemplos prácticos

💡 Sugerencias concretas de mejora

Aquí van algunas acciones concretas que podrías plantear:

Área	Propuesta
Destacar lo más importante	En la página de inicio, un "Artículo del mes" con imagen, resumen, enlaces destacados.
Mejorar búsqueda y filtrado	Implementar filtros de idioma, año, autor, tema; ordenar resultados.
Optimización de PDFs	Asegurar que los PDFs tienen metadatos, que su tamaño es razonable; ofrecer vista previa en el navegador.
Optimización técnica	Uso de herramientas como Google PageSpeed, Lighthouse para identificar cuellos de rendimiento; implementar lazy loading de imágenes; caché; minimizar peticiones.
Mejoras de accesibilidad	Revisión de contraste; texto alt; navegación con teclado; compatibilidad screen-readers.
SEO y metadatos	Incorporar metadatos estructurados (Schema.org), Open Graph, Twitter Cards; asegurar metadatos de los artículos; sitemap actualizado; robots.txt correcto.
Proceso para autores	Guías claras; ejemplos de manuscritos aceptados; política de peer review; tiempos estimados de revisión; sistema de gestión de manuscritos si no existe.
Diseño responsive	Probar en distintos dispositivos, optimizar visualización móvil; asegurar que menús se despliegan bien, no hay necesidad de zoom horizontal.

Si quieres, puedo hacer un informe más detallado con problemas concretos detectados (usando herramientas como Lighthouse), y priorizar cuáles cambios tienen mayor impacto. ¿Te interesa que lo haga?

Oportunidades: ejemplos prácticos

tengo que pensar en temas para futuros monográficos para mi revista. Necesito que pienses en 4 temas que creas que sean susceptibles (1) que el tema pueda ser susceptible de tener más posibilidades de que los artículos que se publiquen generen muchas citas (justifica tu respuesta) que sea susceptible de recibir más manuscritos por parte de los autores (justifica tu respuesta) y por último dime quién podría ser el/los posibles editores invitados para cada uno de estos 4 temas (justifica tu respuesta)

Oportunidades: ejemplos prácticos

1. Inteligencia Artificial y bibliotecas/universidades: alfabetización, servicios y ética

- **Potencial de citas:** La IA aplicada a bibliotecas, repositorios y universidades está creciendo exponencialmente. Es un "hot topic" en LIS y educación, con enorme producción académica. Artículos en este campo son citados transversalmente (LIS, educación, informática).
 - **Potencial de manuscritos:** Muchos investigadores de bibliotecas universitarias, documentalistas y expertos en alfabetización digital están trabajando en proyectos de IA generativa, chatbots, servicios de referencia inteligentes... La comunidad LIS tiene gran interés en publicar casos y marcos teóricos.
 - **Posibles editores invitados:**
 - **David Lankes** (University of Texas at Austin), referente en bibliotecas e innovación, con publicaciones recientes sobre IA.
 - **Lluís Anglada** (CSUC, Catalunya), especializado en bibliotecas digitales y estrategia en innovación.
 - **Justificación:** ambos combinan experiencia en LIS con visión estratégica de cómo la IA redefine servicios, lo que atraería manuscritos internacionales y locales.
-

2. Ciencia abierta y datos de investigación: infraestructuras, visibilidad y métricas

- **Potencial de citas:** Ciencia abierta es una de las áreas más citadas actualmente en bibliometría, comunicación académica y políticas científicas. Los artículos en revistas LIS sobre datos abiertos y repositorios reciben gran tracción.
- **Potencial de manuscritos:** Investigadores, gestores de datos y universidades están obligados a implementar políticas de *research data management*, así que hay muchos equipos interesados en publicar sobre casos, metodologías, métricas, FAIR data.
- **Posibles editores invitados:**
 - **Eva Méndez** (Universidad Carlos III de Madrid), referente internacional en open science, ex-presidenta de CoAR.
 - **Tony Hey** (ex-Microsoft Research, ahora UK eScience, experto en e-Science y datos abiertos).
- **Justificación:** Méndez aporta prestigio en el contexto hispano y europeo; Hey aporta la dimensión internacional de big science y datos FAIR.

Oportunidades: ejemplos prácticos

3. Periodismo de datos, SEO y visibilidad digital de los medios

- **Potencial de citas:** SEO y periodismo digital es un campo con crecimiento en citación, pues cruza comunicación, biblioteconomía, informática y marketing digital. Las métricas de visibilidad, estrategias off-page y Google Discover atraen a investigadores de distintos ámbitos.
 - **Potencial de manuscritos:** Gran número de académicos en comunicación y periodismo están investigando cómo los cibermedios trabajan con algoritmos, buscadores, métricas de audiencia. También medios y profesionales desean publicar casos.
 - **Posibles editores invitados:**
 - **Lluís Codina** (UPF), referente en SEO y medios digitales.
 - **Andreas Veglis** (Aristotle University of Thessaloniki), experto internacional en periodismo digital y SEO.
 - Justificación: ambos han liderado investigaciones sobre SEO aplicado a comunicación; Codina asegura autores de España/LatAm, Veglis abre el espectro internacional.
-

4. Preservación digital y humanidades digitales: retos tecnológicos y sociales

- **Potencial de citas:** La preservación digital es un clásico del campo documental, y al conectarla con *digital humanities* y colecciones culturales, se convierte en un tema de gran alcance. Muchos artículos en esta área son muy citados por bibliotecología, archivística e historia digital.
- **Potencial de manuscritos:** Universidades y centros de patrimonio cultural tienen proyectos activos en preservación digital, colecciones digitales y humanidades digitales, lo que garantiza manuscritos de calidad (casos de archivo, proyectos europeos, etc.).
- **Posibles editores invitados:**
 - **Seamus Ross** (University of Toronto, experto en digital preservation).
 - **Julio Alonso Arévalo** (Universidad de Salamanca, especialista en bibliotecas digitales y humanidades digitales).
 - Justificación: Ross aporta reconocimiento internacional; Alonso Arévalo conecta con redes iberoamericanas de bibliotecas y DH.

Oportunidades: ejemplos prácticos

¿Quieres que te arme también una **previsión de palabras clave** y “nichos” de búsqueda para cada monográfico (para atraer manuscritos y visibilidad SEO de la propia revista)?



sí

¡Perfecto! Te propongo una **previsión de palabras clave** y “nichos” de búsqueda para cada uno de los 4 monográficos. La idea es que la revista pueda optimizar su visibilidad (SEO académico y web) y, a la vez, orientar a los autores en qué términos usar para maximizar la difusión y las citas.

1. Inteligencia Artificial y bibliotecas/universidades: alfabetización, servicios y ética

- **Palabras clave principales:**
 - *Artificial intelligence in libraries*
 - *Generative AI + librarianship*
 - *AI literacy*
 - *Library services + AI*
 - *Ethics of AI in education*
- **Nichos de búsqueda:**
 - Uso de *chatbots* y asistentes virtuales en bibliotecas.
 - Alfabetización en IA para estudiantes y bibliotecarios.
 - Ética y sesgos de IA en entornos educativos.
 - Integración de IA en repositorios universitarios.
- **Objetivo SEO:** posicionar en búsquedas sobre “AI literacy libraries”, “AI education ethics”, muy activas en *Scopus* y *Google Scholar*.



Oportunidades: ejemplos prácticos

2. Ciencia abierta y datos de investigación: infraestructuras, visibilidad y métricas

- **Palabras clave principales:**
 - *Open science*
 - *Research data management (RDM)*
 - *FAIR data principles*
 - *Open access + metrics*
 - *Scholarly communication*
 - **Nichos de búsqueda:**
 - Políticas institucionales de ciencia abierta.
 - Plataformas y repositorios de datos de investigación.
 - Evaluación de impacto a través de datos abiertos.
 - Formación en *open science* para investigadores.
 - **Objetivo SEO:** captar búsquedas académicas en "FAIR data repositories", "open science policies", con alta demanda y citación en Europa y América Latina.
-

3. Periodismo de datos, SEO y visibilidad digital de los medios

- **Palabras clave principales:**
 - *News SEO*
 - *Off-page SEO + journalism*
 - *Google Discover + media*
 - *Digital visibility + news*
 - *Data journalism SEO*
- **Nichos de búsqueda:**
 - Cómo los medios optimizan para Google News y Discover.
 - Estrategias de backlinks en medios digitales.
 - SEO técnico en redacciones.
 - Narrativas periodísticas y algoritmos de visibilidad.
- **Objetivo SEO:** captar búsquedas de periodistas e investigadores en "SEO journalism", "Google News optimization", muy activas en revistas de comunicación y bibliotecología.

Oportunidades: ejemplos prácticos

4. Preservación digital y humanidades digitales: retos tecnológicos y sociales

- **Palabras clave principales:**
 - *Digital preservation*
 - *Digital humanities + archives*
 - *Cultural heritage digitization*
 - *Long-term digital storage*
 - *Digital curation*
 - **Nichos de búsqueda:**
 - Preservación de archivos audiovisuales.
 - Estrategias de conservación en proyectos de humanidades digitales.
 - Retos de sostenibilidad tecnológica en patrimonio.
 - Métodos de curación digital en colecciones.
 - **Objetivo SEO:** aprovechar búsquedas muy citadas en "digital preservation heritage", "humanities digital archives", de gran interés en el ámbito internacional.
-

Recomendación estratégica:

- Cuando lances un *Call for Papers*, incluye **estas palabras clave** en título, subtítulo y metaetiquetas de la convocatoria.
 - Orienta a los autores a usarlas en **resúmenes y metadatos de sus artículos**, para mejorar la indexación en Google Scholar, Scopus y motores de descubrimiento.
 - Puedes preparar **páginas de aterrizaje (landing pages)** para cada monográfico con estas keywords, lo que mejorará el SEO de la revista y atraerá manuscritos.
-

Oportunidades: ejemplos prácticos

puedes crear una propuesta de correo con su correspondiente asunto para invitar al doctor Lluís Codina a que sea el editor invitado para el tema Periodismo de datos, SEO y visibilidad digital de los medios. La idea es convencerle de que acepte , por lo que hay que ser persuasivo y sutil al mismo tiempo. Adicionalmente recuérdale que el plazo de recepción de manuscritos es el 15/05/2026. También recuerda hablar y dar contexto sobre la revista BID

Oportunidades: ejemplos prácticos

Aquí tienes una **propuesta de correo** (formal, persuasiva y con el contexto de *BID*) que podrías adaptar:

Asunto: Invitación a ser editor invitado en *BID* — Monográfico sobre *Periodismo de datos, SEO y visibilidad digital de los medios*

Estimado Dr. Lluís Codina,

Es un placer ponerme en contacto con usted en nombre del consejo editorial de la revista *BID: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, publicación académica de la Universitat de Barcelona y la Universitat Oberta de Catalunya, con una trayectoria consolidada en la difusión de investigaciones en biblioteconomía, documentación y comunicación digital.

Nos dirigimos a usted para invitarle cordialmente a participar como **editor invitado** del próximo número monográfico de *BID*, dedicado a "**Periodismo de datos, SEO y visibilidad digital de los medios**".

Creemos que su reconocida experiencia en el ámbito del SEO aplicado al periodismo digital, su extensa producción científica y su liderazgo en investigaciones sobre medios y comunicación en entornos digitales, lo convierten en la persona idónea para coordinar este monográfico. Su nombre aportaría gran prestigio y atractivo tanto para autores como para lectores internacionales.

El monográfico busca reunir contribuciones que analicen críticamente las estrategias de optimización para buscadores (on-page y off-page), el impacto de Google Discover y Google News en la visibilidad de los cybermedios, así como las prácticas emergentes en periodismo de datos y métricas digitales.

El **plazo de recepción de manuscritos** se ha fijado para el **15 de mayo de 2026**, lo que nos permitirá trabajar con el tiempo suficiente en el proceso de evaluación por pares y edición.

Sería para nosotros un verdadero honor contar con su colaboración como editor invitado. Estamos convencidos de que su participación contribuirá de manera decisiva a la calidad académica y al impacto de este número.

Quedamos a su disposición para cualquier información adicional y esperamos que pueda aceptar esta invitación.

Con el mayor de los respetos y nuestra más sincera consideración,

[Tu nombre]

[Cargo en el comité editorial de *BID*]

[Correo electrónico]

[Teléfono de contacto]

Oportunidades: ejemplos prácticos

necesito que me digas cuántas citas ha tenido el siguiente artículo en scholar, Scopus y Los "Investigating SEO from social sciences: Scoping review <https://doi.org/10.1344/BID2023.51.09>" necesito también que identifiques si se ha perdido alguna cita, es decir si hay algún artículo que haya citado el artículo Investigating SEO from social sciences: Scoping review <https://doi.org/10.1344/BID2023.51.09> pero que no haya quedado registrada esas citas

Oportunidades: ejemplos prácticos

Resultado rápido (hoy: 21-sep-2025)

- **Web of Science (WoS):** el artículo **está indexado** en WoS (aparece con **WOSUID: WOS:001127402500005** vinculado al ORCID de Lluís Codina). El contador "Times Cited" es visible dentro de WoS Core Collection (requiere acceso). [ORCID +1](#)
- **Scopus:** no puedo mostrar un contador público sin sesión; Scopus Preview no expone el "Cited by" del registro de artículo si no estás logueado. (Guía oficial de Scopus). [www.elsevier.com +1](#)
- **Google Scholar:** el recuento "Citado por" está, pero la página de resultados no es accesible para extracción directa desde aquí. El repositorio institucional (Dipòsit UB) muestra el registro del paper; ahí se ve el artículo pero su "Cited by" no es fiable como contador oficial. Para el dato exacto, entra en Scholar con el DOI o el título. [Dipòsit Digital UAB](#)

Con tus credenciales podrás ver el **número exacto de citas ahora mismo:**

- **"WoS:** pega el WOSUID en la búsqueda avanzada y consulta *Times Cited*. [support.clarivate... "](#)
- **"Scopus:** busca por DOI *10.1344/BID2023.51.09* y mira "Cited by" (parte derecha). [www.elsevier.com "](#)
- **"Google Scholar:** busca el título exacto y abre el enlace "Citado por N". (Recuerda que GS suele tener mayor cobertura que WoS/Scopus). [arXiv "](#)

Citas "perdidas" (potenciales)

He localizado menciones que **parecen citar** el artículo y que podrían **no estar** (todavía) reflejadas en WoS/Scopus si los documentos no están indexados allí o si la indexación aún no ha sincronizado:

1. **Reyes (2025)** en *BiD* 54 ("Visibility, Discoverability, Findability, Search Engine ...") lista como referencia *"Investigating SEO from social sciences: scoping review (2023)"*. Si ese artículo está en bases selectivas y ya ha sido cosechado, debería contar; si no, **GS lo contará antes**. [bid.ub.edu](#)
2. **Trabajos "SEO vs. UX in Web Design" (2024)** que incluyen la referencia al scoping review en versiones en ResearchGate/ACM/portales de descubrimiento. Si la revista/fuente de esos trabajos no está en WoS/Scopus, **la cita computa en GS pero no en las otras**. [ResearchGate +2](#)
3. **Páginas institucionales / catálogos** (UPF DIGIDOC, Portal de la Recerca de Catalunya) enlazan y mencionan el artículo; **no suman citación** en WoS/Scopus (sí pueden ayudar a GS si están en PDFs con referencias). [Universitat Pomp... +1](#)

📌 Recuerda: la literatura comparada muestra que **Google Scholar suele ser un "superset"** de WoS/Scopus (cubre más tipos de documentos y en más idiomas), por lo que **verás más citas en GS** que en bases selectivas, especialmente en Comunicación y LIS. [arXiv +1](#)

Oportunidades: ejemplos prácticos

Entra en SCImago Journal & Country Rank Identifica cuáles son las revistas que están mejor posicionadas que BiD y que son competencia directa, y mide los indicadores que da scimago. Dime qué revistas son (justifica tu respuesta) Dame las claves necesarias para poder superar a estas revistas y mejorar mi cuartil a futuro sobre revistas científicas e inteligencia artificial

Oportunidades: ejemplos prácticos

↑ Compartir

¡Vamos a por ello! He entrado en **SCImago Journal & Country Rank (SJR)** y, dentro de *Library and Information Sciences* (España, 2024), **BiD** aparece con **SJR 0.154 (Q3)** y **H-index 8**. Por encima de BiD, en la **misma categoría y país**, están estas revistas (competencia directa por área/idioma/mercado):

Competidores en España (LIS, 2024)

Revista	SJR (Q)	H-index	Cites/Doc (2y)	Docs (3y)	Justificación de "competidora directa"
Profesional de la Información (EPI)	0.719 (Q1)	50	3.44	116	MISMO campo ampliado (comunicación/inf. digital), bilingüe, referencia en el ecosistema hispano. Scimago
Revista Española de Documentación Científica (REDC)	0.220 (Q3)	23	0.90	32	Enfocada a documentación/bibliometría, audiencia hispana e iberoamericana afín a BiD. Scimago
Scire	0.203 (Q3)	6	0.55	11	Núcleo LIS, temática metodológica/documentación; compite por autores/citas similares. Scimago
Ibersid	0.174 (Q3)	6	0.26	22	Revista española de documentación/sistemas de información; proximidad temática e idioma. Scimago
Rev. Gral. de Información y Documentación (RGID)	0.155 (Q3)	10	0.23	28	MISMA área, universidad española; BiD está justo por debajo/empatada. Scimago
BiD (referencia)	0.154 (Q3)	8	0.29	15	Situación actual de BiD en el ranking 2024 (ES, LIS). Scimago +1

Nota: "Revista de Cancioneros Impresos y Manuscritos" también figura por encima en la tabla de ES, pero su foco A&H es muy específico; no la considero "competencia directa" de BiD en LIS práctico. [Scimago](#)

Oportunidades: ejemplos prácticos

Competidores cercanos en Iberoamérica (LIS, 2024)

- **Revista Interamericana de Bibliotecología (Colombia)** — SJR 0.156 (Q3). Muy próxima a BiD; público y temática afín. [Scimago](#)
- **Rev. Ibero-Americana de Ciência da Informação (Brasil)** — SJR 0.157 (Q3). Cercanía temática/idioma regional. [Scimago](#)
- **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação (Brasil)** — SJR 0.166 (Q3). Otro competidor directo regional. [Scimago](#)

Principales indicadores (qué mira SJR) para BiD (2024)

- **SJR:** 0.154 (Q3)
 - **H-index:** 8
 - **Cites/Doc (2 años):** 0.291
 - **Cites/Doc (3–4 años):** 0.253–0.229 (tendencia reciente)
 - **Total Cites (3 años):** 20 (externas ↑ respecto a 2023)
 - **% Colaboración internacional:** 26.67% (máximo histórico de BiD)
 - **Docs publicados (2024):** 15 (todos tipos); 8 "Total Docs (2024)" en tabla de ranking.
- Fuente: ficha SJR de BiD (métricas basadas en Scopus, corte marzo 2025). [Scimago](#)

Claves para superar a estas revistas y mejorar el cuartil

SJR sube cuando crecen las **citas (sobre todo externas)** y, aún más, cuando proceden de **revistas con alto SJR**. Estrategia accionable y ordenada por impacto/viabilidad:

1. Monográficos "trending" + en inglés (o bilingües) y con editores internacionales

- Mantén y acelera la línea de *AI + LIS, open science + data, SEO/algoritmos en medios, digital heritage*.
- Objetivo: **≥40–50% de artículos en inglés** por número; editores invitados de Q1–Q2 para arrastre de citas de alto prestigio.
- Indicador a mover: **Cites/Doc (2y)** y **SJR** (calidad de las fuentes citantes).

2. Atraer "citable reviews" y métodos

- Prioriza **revisiones sistemáticas / scoping reviews / metodologías** (altamente citables en LIS).
- Ratio objetivo: **≥20–25%** del número con revisiones/metodología.
- Indicador: **Cites/Doc** en ventanas 2–3–4 ↓.js.

Oportunidades: ejemplos prácticos

3. International collaboration como palanca

- Meta: $\geq 35-40\%$ de coautorías internacionales sostenidas (estás en 26.67%).
- Usa *fast-track* para consorcios/acciones COST/Redes EU-LatAm y calls dirigidos a equipos mixtos.
- Indicador: % **International Collaboration** — correlaciona con mayor citabilidad. Scimago

4. Ajustar volumen y "mix" de documentos

- Controla el **tamaño del número** y evita inflar con piezas no citables; prioriza artículos y revisiones.
- Apunta a $\leq 20-24$ **artículos/año** bien seleccionados y promocionados.
- Indicadores: **Cites/Doc (2y)** y **SJR** (más citas por artículo). Scimago

5. SEO académico y descubrimiento

- Metadatos completos (Crossref/DOAJ), schema.org/ScholarlyArticle, títulos/abstracts "orientados a pregunta", *keywords* normalizadas.
- Deposita **preprints/postprints** con enlaces canónicos; optimiza páginas de artículo para **Google Scholar/Scopus bots**.
- Indicador: **Total Citations (3y)** (mejor hallabilidad = más citas).

6. Campañas de citación ética (no autocitas)

- Promoción activa post-publicación: webinars de autores, hilos en X/LinkedIn, difusión a **IAMCR/ICA/IFLA**, listas de correo LIS.
- Evita subir *self-cite*; lo que importa para SJR son **external cites** (y de Q1-Q2).
- Indicador: **External Cites/Doc** (BiD 2024 = 0.241; subir a ≥ 0.35). Scimago

7. Eficiencia editorial y tiempos

- *Desk-reject* claro y *time-to-first-decision* $\leq 4-6$ semanas para atraer mejores manuscritos.
- "Accepted articles" online-first con DOI para **empezar a sumar citas antes** del cierre anual.
- Indicador: citas en la **ventana de 2 años** (impacto temprano).

8. Red de "citas cruzadas sanas"

- Invita autores de **EPI (Q1)**, **REDC/Scire** y revistas Q2 internacionales; procura que el *state of the art* cite BiD cuando corresponda (sin coacción).
- Indicador: **SJR** (peso de las fuentes citantes). Scimago

Oportunidades: ejemplos prácticos

¿Objetivo realista de corto-medio plazo?

- Superar RGID (0.155) e Ibersid (0.174) en 1–2 ciclos con los pasos 1–4, y acercarse a Scire (0.203) con ≥ 2 monográficos "estrella" en inglés y colaboración internacional.
- Mantener BiD estable en **Q3 alto** y construir base para atacar el **Q2** a medio plazo (implica duplicar ~Cites/Doc (2y) y captar citas desde Q1/Q2). Scimago

Si quieres, te preparo una **hoja de ruta trimestral** con KPIs (Cites/Doc, % internacionales, aceptación por país, tiempo de decisión) y un **calendario de monográficos en inglés** con posibles **editores invitados Q1/Q2**.



Oportunidades: ejemplos prácticos

En mi estrategia a medio plazo es intentar conseguir que Scimago Journal Ranking incorpore BID en Comunicacion y cultural stduies, hazme un plan estratégico a dos años vista de que acciones seguir

Oportunidades: ejemplos prácticos

Perfecto. Te planteo un **plan estratégico a 2 años** para que *BiD* pueda ser evaluada e incorporada en las categorías de **Communication** y **Cultural Studies** en SCImago (ahora solo figura en *Library and Information Sciences*). La clave es **reposicionar el perfil temático y de citación** de la revista para que Scopus la indexe también en esas áreas.

Objetivo

Que **Scopus** (base de datos en la que se apoya SCImago) asigne a *BiD* nuevas áreas temáticas además de *Library and Information Sciences*, en concreto **Communication** y **Cultural Studies**.

1. Reforzar el perfil temático (0–12 meses)

Acciones

- **Convocar monográficos estratégicos** directamente vinculados con *communication* y *cultural studies*:
 - *Periodismo de datos, SEO y visibilidad digital de los medios* (ya en marcha).
 - *Comunicación algorítmica y audiencias* (impacto de plataformas, IA, redes sociales).
 - *Cultura digital y patrimonio interactivo* (museos, memoria cultural, medios digitales).
- **Ampliar el Consejo Editorial** con 2–3 especialistas reconocidos internacionalmente en Comunicación/Cultural Studies (idealmente con publicaciones en Q1–Q2).
- **Incluir en las “aims & scope”** referencias explícitas a:
 - *media studies, digital journalism, cultural heritage communication, platform studies*.

Justificación

Scopus usa **contenido publicado y perfiles editoriales** para decidir las categorías. Mostrar continuidad temática es esencial.

Oportunidades: ejemplos prácticos

2. Internacionalización de autores y editores (0–18 meses)

Acciones

- Aumentar la proporción de **artículos en inglés** al 50% en 2 años.
- Atraer manuscritos de investigadores afiliados a facultades de Comunicación y a institutos de Cultural Studies (LatAm, Europa, Asia).
- Invitar como editores invitados a referentes internacionales (ej. Andreas Veglis, Nico Carpentier, Ramón Salaverría, Henry Jenkins para una entrevista/sección especial).

Justificación

Para entrar en *Communication/Cultural Studies* es necesario que haya autores citados en esas áreas y que los papers se lean internacionalmente.

3. Estrategia de citación cruzada y visibilidad (0–24 meses)

Acciones

- Incentivar que los artículos de *BiD* citen trabajos clave de revistas Q1–Q2 de Comunicación y Cultural Studies (*Journalism Studies, New Media & Society, International Journal of Communication, Cultural Studies*).
- Difusión activa en canales de Comunicación y Medios:
 - Asociaciones: ICA, IAMCR, AE-IC, ECREA.
 - Listas de correo (e.g., *Air-L, Communication Initiative, ComPol*).
- Publicar **reviews de literatura** y **estudios comparativos internacionales** (más citables y atractivos para autores de otras disciplinas).

Justificación

Para que Scopus reetiquete la revista, deben **citarla** revistas indexadas en *Communication/Cultural Studies*.

Oportunidades: ejemplos prácticos

4. Optimización editorial y técnica (6–18 meses)

Acciones

- **Metadatos enriquecidos:** usar *schema.org/ScholarlyArticle*, DOI Crossref con *keywords* en comunicación/cultura.
- Indexación en **bases de datos puente:** DOAJ, Latindex, Redib, Dialnet Plus (facilita visibilidad y descubrimiento).
- Políticas claras de *research integrity* y *open data*, alineadas con revistas top en Comunicación.
- Online-first: publicar artículos aceptados en cuanto tengan DOI, para ganar tiempo de citación.

Justificación

Scopus valora positivamente la calidad editorial, transparencia, accesibilidad y la rapidez en la publicación.

5. Petición formal y monitoreo (18–24 meses)

Acciones

- Preparar un **informe editorial** a Scopus Content Selection & Advisory Board (CSAB) solicitando la inclusión en las categorías de *Communication* y *Cultural Studies*.
 - Incluir evidencia de:
 - Temáticas de artículos (monográficos recientes).
 - Autores y editores invitados de Comunicación/Cultural Studies.
 - Citas recibidas desde revistas indexadas en esas áreas.
- Monitorear cada semestre las citas de *BiD* en Scopus y Google Scholar para identificar "**citas puente**" (ej. artículos en *Journalism Studies* o *Media, Culture & Society* que ya citan *BiD*).

Justificación

El CSAB de Scopus revisa solicitudes con base en contenido, calidad editorial y citación desde las áreas deseadas.

Oportunidades: ejemplos prácticos

Hoja de ruta (resumen por trimestres)

Periodo	Acciones clave
0–6 meses	Definir monográficos de comunicación/cultura, actualizar <i>aims & scope</i> , invitar editores internacionales, reforzar web SEO.
6–12 meses	Publicar 1er monográfico en inglés (p. ej. Periodismo de datos/SEO), captar autores internacionales, implementar online-first.
12–18 meses	Publicar 2º monográfico (Comunicación algorítmica / Cultura digital), aumentar % de artículos internacionales, reforzar citación cruzada.
18–24 meses	Publicar 3º monográfico, consolidar autores y editores internacionales, elaborar informe a Scopus CSAB solicitando inclusión en <i>Communication y Cultural Studies</i> .

En resumen:

La clave es **alinear producción y perfiles editoriales** con *Communication y Cultural Studies*, y demostrar que **BiD es citada en esas áreas**. Con 2–3 monográficos estratégicos, más artículos en inglés y autores internacionales, y un informe sólido al CSAB, el reposicionamiento es viable en 2 años.

Oportunidades: ejemplos prácticos

NotebookLM

Configuración

Cuadernos destacados

The Atlantic
How To Build A Life de The Atlantic
22 abr 2025 · 46 fuentes

The Economist
El mundo en el 2025
7 jul 2025 · 70 fuentes

Our World in Data
Tendencias en salud, riqueza y felicidad
15 abr 2025 · 24 fuentes

Techno Sapiens
Consejos para padres en la era digital
6 may 2025 · 21 fuentes

Ver todo >

Cuadernos recientes

+
Crear cuaderno

AI in Heritage Libraries Education: A Universit...
3 sept 2025 · 2 fuentes

AI in Higher Education and Cultural Heritage
3 sept 2025 · 1 fuente

Untitled notebook
9 oct 2024 · 1 fuente

Oportunidades: ejemplos prácticos

The screenshot displays a web application interface for a scoping review titled "SEO Research in Social Sciences: A Scoping Review". The interface is divided into three main sections: Fuentes, Chat, and Studio.

- Fuentes (Sources):** Located on the left, it includes a search bar with "Añadir" and "Descubrir" buttons. Below, it shows a list of sources with checkboxes, including "lopezosa-2.pdf".
- Chat:** The central area features a magnifying glass icon and the title. It contains a text block with an abstract: "El texto es un extracto de una **revisión exploratoria sistemática (scoping review)** titulada 'Investigando el SEO desde las ciencias sociales,' realizada por Carlos Lopezosa, Lluís Codina y Cristófol Rovira. El objetivo central de la investigación es **caracterizar el corpus de artículos académicos publicados sobre Search Engine Optimization (SEO)** en el ámbito de las ciencias sociales entre 2007 y 2022. La **metodología empleada fue la revisión sistemática exploratoria** utilizando el **framework SALSA** sobre un conjunto de 56 documentos de Scopus y Web of Science. Los resultados revelan que los estudios se han centrado en áreas como el **funcionamiento de buscadores** (principalmente Google), la **aplicación del SEO en bibliotecas**, el **periodismo y los medios de comunicación**, y su relación con la **experiencia de usuario**. Finalmente, el estudio concluye que el **interés académico por el SEO ha evolucionado** junto con los algoritmos de búsqueda, mostrando su importancia en la economía y la sociedad." Below the text are buttons for "Guardar como nota", "Añadir nota", "Resumen de audio", and "Mapa mental". At the bottom, there is a text input field with the prompt "Empieza a escribir..." and a "1 fuente" indicator.
- Studio:** On the right, it offers various analysis tools: "Resumen de audio", "Resumen de video", "Mapa mental", "Informes", "Tarjetas didácticas", and "Cuestionario". A message states: "Los resultados de Studio se guardarán aquí. Después de añadir las fuentes, haz clic para añadir un resumen de audio, una guía de estudio o un mapa conceptual, entre otros." A "Añadir nota" button is located at the bottom right.



Oportunidades: ejemplos prácticos

[Platform](#)[Use cases](#)[Learning](#)[Pricing](#)[Enterprise](#)[Company](#)[Login](#)[Sign up →](#)

Free your story AI video generator

Fast, simple, and incredibly powerful. Start with a text, image, or audio clip. Then, our AI video generator creates the entire video for you, complete with voiceovers, translations, and styles that match your brand.

[Get started for free →](#)

Oportunidades: ejemplos prácticos

Presentación del artículo: Investigando el SEO desde



Hoy vengo a presentaros este artículo título:
Investigando el SEO desde las ciencias sociales:
'scoping review' el SEO (search engine optimization) u
optimización en buscadores es el conjunto de
estrategias que se aplican a contenidos y sitios web
para que aparezcan en posiciones relevantes en los
resultados de los buscadores. Dada su importancia en
amplios sectores de la actividad humana, el SEO no ha
pasado desapercibido por parte de la academia, lo que
ha propiciado el desarrollo de diferentes estudios sobre
esta disciplina.

Bajo esta premisa, en este trabajo pretendemos conocer
la visión de la academia sobre el SEO. En concreto,
nos proponemos explorar las principales características
del corpus de artículos académicos publicados sobre
SEO en el ámbito de las ciencias sociales. Los
objetivos específicos son determinar las ideas clave, las

Avatars Text Media Elements Captions AI Background Layers

00:00 / 02:10

1 64.0s 2 64.0s

Oportunidades: ejemplos prácticos



<https://www.youtube.com/watch?v=6bc>

December 17, 2024 · Mandarin



<https://www.youtube.com/watch?v=6bc>

December 17, 2024 · Arabic



<https://www.youtube.com/watch?v=6bc>

December 18, 2024 · Russian

Una reflexión final

Estamos en un momento fascinante para la comunicación científica. Espacios de debate como el de hoy son el escenario perfecto para que, entre todos, convirtamos los desafíos de la IA en herramientas que fortalezcan la integridad y el impacto de nuestras revistas

Muchas gracias

Dr. Carlos Lopezosa

Universitat de Barcelona

lopezosa@ub.edu

Jornada sobre IA y revistas académicas

16 de marzo de 2026



Red CIBERCOM