

PLAN DE VISIBILIDAD PARA LA REVISTA AFFECTIO SOCIETATIS

YEFFERSON MINOTA COPETE

PRACTICA ACADÉMICA PARA OPTAR AL TITULO DE BIBLIOTECOLOGÍA

JUAN CAMILO VALLEJO ECHAVARRIA, Asesor.

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

ESCUELA INTERAMERICANA DE BIBLIOTECOLOGIA

BIBLIOTECOLOGIA

2021

TABLA DE CONTENIDOS

Tabla de contenido	2
Resumen	4
Introducción	5
Objetivo general	6
Objetivos específicos	7
Marco conceptual y teórico	8
Metodología	11
Estrategias y acciones	14
FASE 1: METADATOS E INDEXACION	17
1.1. Metadatos.....	17
1.1.1. Errores de metadatos de la revista.....	18
1.1.2. Ingreso de metadatos en OJS.....	19
1.1.3. Recomendaciones para ingresos próximos en los metadatos	21
1.2. Indexación en bases de datos.....	23
1.2.1. Criterios	24
FASE 2: GESTION DE CONTENIDOS	27
2.1. Gestión de la información	28
2.2. Creación de contenidos.....	29
2.2.1. Crear de videos	29
2.2.2. Creación de imágenes	29
2.2.3. Creación de infografías	30
2.2.4. Creación de un blog.....	30
2.2.5. Pantallazos	30
FASE 3: IDENTIFICACION DE PLATAFORMAS PARA DIVULGACION	31
3.1. Las redes sociales y redes académicas	32
3.2. Plataformas para divulgación de contenidos	33
3.3. Estado de la revista Affectio Societatis en redes sociales y academicas.....	35
3.3.1. Redes sociales	35
3.3.1.1. Facebook.....	35
3.3.2. Redes académicas.....	37
3.3.2.1. Academia	37
3.3.2.2. ResearchGate.....	38
3.3.2.3. LinkedIn.....	39

3.3.2.4.Mendeley	40
3.4.Creación de contenidos.....	41
3.4.1.Facebook	42
3.4.2.Twitter	43
3.4.3.Instagram.....	44
3.4.4.Redes académicas	45
3.4.5.Recomendaciones	46
3.5.Agregar perfiles y seguir cuentas.....	48
3.5.1.Facebook	48
3.5.2.Twitter	50
3.5.3.Instagram.....	50
FASE 4: PUBLICACION DE CONTENIDOS	52
4.1.Publicación de contenido en las redes sociales	52
4.2.Clasificar contenido para publicar en las redes sociales	54
4.3.Metodología.....	54
4.3.Publicación en redes sociales	55
4.4. ¿Cómo crear un post?	55
4.4. 1. Ejemplos	55
4.5.Hashtags.....	58
4.5.1. Si se va a publicar información estadística.....	58
4.5.2. Si se va a publicar información sobre eventos	59
4.5.3. Si se va a publicar links de artículos en OJS	59
4.6. Facebook.....	60
4.7. Twitter.....	61
4.8. Instagram	62
FASE 5: METRICAS	66
5.1. Herramientas	69
Conclusiones.....	71
Recomendaciones	72
Bibliografía.....	63
Anexos	77

RESUMEN

El presente documento es el resultado de trabajo de grado, el cual se centra en la proposición de un plan de visibilidad para la Revista *Affectio Societatis*, del Departamento de Psicoanálisis de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Antioquia.

Para la realización de este trabajo, fue necesario conocer la revista, identificando las bases de datos en las cuales se encuentra indexada, los canales y/o medios con los que cuenta para hacer difusión y divulgación de su contenido. Sumado a esto, se indaga por el tema de metadatos y se hace una parte práctica, la cual, fue el ingreso de datos de determinados volúmenes de la revista en el software OJS (Open Journal Systems).

El desarrollo de lo anterior se dio de forma virtual, en donde se acordaron reuniones virtuales con la persona encargada de la revista, y se consultó a través de internet otro tipo de información requerida para este trabajo.

Así pues, este trabajo se realizó en dos tiempos: una parte práctica, que involucro el ingreso de los datos de los artículos que publica la revista en OJS. Otra parte, tuvo que ver con la realización de la propuesta de visibilidad, de acuerdo con el conocimiento específico que se logró encontrar de la revista.

PALABRAS CLAVES: Affectio Societatis, Visibilidad, Difusión y Divulgación, Indexación, Metadatos.

INTRODUCCION

La Revista Affectio Societatis se encarga de la difusión académica de artículos del campo del psicoanálisis, publicados semestralmente. Divide su contenido en artículos de investigación, artículos cortos y artículos de reflexión. Pero también, se pueden encontrar textos clásicos del psicoanálisis y reseñas literarias. Por consiguiente, todo el contenido de dicha revista está dirigido a profesores, estudiantes e investigadores interesados en el psicoanálisis.

Para la publicación de los artículos se vale de la evaluación por pares por medio del Comité Editorial de la revista, quien revisa los criterios de evaluación y publicación. Seguido de ello, se pasa por un proceso de evaluación académica integrado por personas expertas en el tema, pertenecientes a instituciones nacionales e internacionales.

La revista da acceso abierto a todo su contenido, lo que posibilita la consulta gratuita del conocimiento científico que ésta posee desde cualquier parte del mundo, ya que esta se encuentra establecida como una revista digital.

En sí, la revista no cuenta con un plan establecido de visibilidad que le diga los pasos a seguir para llegar al público que desea y así poder establecerse como un punto de referencia en el campo del psicoanálisis. Los medios de los cuales se vale para hacer llegar su contenido al público son escasos y otros se encuentran inactivos o inexistentes.

Por otro lado, la revista presenta algunas dificultades en el uso de los metadatos en OJS, lo que dificulta una correcta visualización de sus publicaciones. Por lo que se precisa, que es necesario establecer un plan de visibilidad enmarcado en dos aspectos: indización y redes, que permitan una difusión más clara de la revista.

Por lo que la revista *Affectio Societatis*, pueda contar con un plan de visibilidad, le indicaría y le posibilitaría los pasos a seguir para hacer lograr llevar los contenidos que edita y publica a todas las personas y sectores de la sociedad, que puedan estar interesadas en conocer y leer el conocimiento que posee dicha revista. Lo que le permitiría ser más reconocida y así empezar a establecerse como una revista referente en tema del psicoanálisis.

Además, se les garantizaría a los investigadores que participan en la elaboración de los artículos de investigación, que su trabajo va a ser divulgado y difundido por diferentes medios, lo que da la posibilidad de que su trabajo sea valorado por una comunidad científica más amplia y desde diferentes contextos.

Por otra, un plan de visibilidad para la revista le indicaría las estrategias más adecuadas a seguir y mejorar su visibilidad. Lo anterior se basa en encontrar y mejorar los aspectos en los cuales se está fallando al momento de hacer visible el contenido de la revista.

Con base en lo anterior se diseñó un plan de visibilidad que consta de seis fases. La fase número uno se divide en metadatos e indexación, en donde se dan recomendaciones para cada una de esas partes. La fase número dos es la gestión y edición de contenido, donde se le propone a la revista la creación de ciertos contenidos digitales. En la fase 3

se indaga por las plataformas en donde la revista puede difundir el contenido que publica. La fase 4 es donde se le dice a la revista la forma como debería publicar los contenidos que se han creado en la fase 2, y también los links de los artículos en OJS. Por último, en la fase 5 se habla de las métricas y de la importancia que estas tienen en la medición y evaluación del contenido por lo que se recomienda la utilización de varias herramientas que facilitan dicho objetivo.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Diseñar un plan de visibilidad para la Revista *Affectio Societatis* del departamento de Psicoanálisis de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Antioquia para ayudar a que la revista a cumplir sus objetivos, especialmente, los que tienen que ver con el tema de la visibilidad de sus artículos.

Objetivos específicos

- Indagar el funcionamiento de la revista *Affectio Societatis* para tener un conocimiento general del funcionamiento de la revista. Y con ello identificar la forma como la revista hace visibilidad de la misma para conocer con qué canales de difusión cuenta.
- Detectar las bases de datos en las que la revista se encuentra indexada para proponer otras en las cuales se puede indexar.
- Entender el funcionamiento de los metadatos que la revista utiliza para ayudar en la calidad de la información que estos deben contener para así apoyar el proceso de metadatos que la revista ha venido implementando para estructurar la información de forma correcta, de tal forma que permita que la revista sea correctamente visualizada mediante OJS.
- Establecer canales mediante los cuales se le hará divulgación y difusión a la revista a través de los diferentes medios y redes y/o en su caso proponer un activo

involucramiento de estos en la difusión de los contenidos de la revista, si ya existen.

MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

La ciencia contemporánea y el conocimiento que está vierte sobre las sociedades, necesita hacerse más visible, para que dicho conocimiento obtenga su universalidad y así pueda ser validado. En la actualidad el método más eficaz para hacer difusión y a la vez, hacer visibles a las revistas científicas es por medio de las herramientas que ofrece el Open Access y las estrategias que se implementen a través de los medios digitales que ofrece internet. Pero ¿en qué consiste la visibilidad de las revistas científicas...? Según autores como Delgado, Ruiz y Jiménez, esa visibilidad consiste en la *“capacidad que se tiene de llegar a la comunidad científica objetivo y transmitir información, de tal forma que llegue a más personas lo que se pretende comunicar”*, (Delgado, Ruiz & Jiménez, 2006: citado por Pérez, 2011). Y para Polanco, la visibilidad *“se refiere al estado que guarda una revista científica, al conseguir los medios para difundirse más allá de las instituciones que la editan”*. (Polanco, 2010).

Para entender la importancia de visibilidad de las revistas científicas, se debe primero hablar de difusión. Para que la ciencia cumpla su objetivo primordial, debe existir un proceso de difusión y divulgación de la misma, mediante el cual se pone a disposición el conocimiento científico a todos los que puedan estar interesados en él. Esto se hace utilizando diferentes medios tradicionales y no tradicionales. Con el desarrollo y el avance del internet esto ha permitido que surjan una cantidad de medios digitales de los cuales las revistas científicas pueden hacer uso en la divulgación y difusión de su contenido.

Ante ello Urizar e Insfran plantean que las redes “*se están volviendo cada vez más un objeto e interés en ser usadas como un canal de divulgación científica*”. (Urizar & Insfran, 2017).

Como se puede entender, la difusión del conocimiento científico es una de las partes más importantes de toda investigación, pues es finalmente, cuando el resultado de ésta llega a los individuos y comunidades que verdaderamente la necesitan y actúa como “*motor de desarrollo y como instrumento crítico en el proceso de construcción de sociedad*” (Capurro, 2001: citado por Ochoa, 2004). En ese sentido se “*requiere hacer visible el trabajo editorial, significa ponerlo a la vista del usuario potencial a fin de facilitar su consulta*”. (Ochoa, 2004). Si no existe un trabajo de difusión de las revistas científicas, el conocimiento que estas poseen no puede llegar a los rincones de la sociedad que más necesitados de él se encuentran. Por consiguiente, el concepto de difusión se traduce en visibilidad de las revistas científicas.

Ahora bien, la visibilidad como concepto aplicado a la producción científica comienza a hablarse “*a partir de la segunda mitad del siglo XX y está relacionado íntimamente al crecimiento, de características exponenciales, de la literatura científica circulante*”. (Aparicio, Bazanto & Liberatone, 2016). Se puede notar que la visibilidad del conocimiento científico, especialmente de las revistas que lo contienen, es un tema estrechamente relacionado con el involucramiento de actores interesados en lo que las revistas publican. Que estas revistas tengan visibilidad es la principal preocupación para sus editores, colaboradores e investigadores.

Para gozar de cierta visibilidad y ser reconocidas, las revistas científicas deben tener la *“necesidad de ser indizadas e incluidas en bases de datos para aumentar su visibilidad.”* (Rozemblum, 2014). Ya sea en bases de datos de acceso abierto o de paga, que una revista científica pueda encontrarse indexada le da cierta visibilidad, pero ello no garantiza que aquella visibilidad sea total. En consecuencia *“indexar una revista a un sistema índice, permite que el trabajo del autor alcance mayor difusión y prestigio que una revista que no se encuentre indexada”*. (Bejarano, 2012). Que una revista se encuentra indexada en una base de datos es símbolo de que la revista posee un grado de calidad en los trabajos que publica y por lo tanto sus procesos son transparentes.

Se suele pensar que una revista que esté indexada en una base de datos le garantiza visibilidad porque algunas de *“estas bases de datos son de acceso gratuito”* por lo que se pensaría que necesariamente este hecho garantizaría visibilidad a una revista *“pero no hay que perder de vista que algunas otras bases de datos son de acceso limitado, porque lo que generalmente se presentan algunas limitaciones en el acceso a resúmenes y/o obtener el artículo completo”*. (Ochoa, 2004). Por lo que las revistas que publican contenido científico deben, en efecto, buscar e implementar otras estrategias para llegar a más personas y así lograr que sus artículos y las mismas revistas tengan visibilidad. Una forma de lograr esto es a través del aprovechamiento de los medios y canales digitales y todas las formas que estos permiten, por lo que se deben implementar adecuadas estrategias de planificación que apunten a construir la visibilidad de una revista.

Un ejemplo de visibilidad de revistas científicas es DOAJ (Directory of Open Access Journals) y el cual *“tiene como principal objetivo aumentar la visibilidad y el uso de revistas científicas y académicas de acceso abierto, para incrementar su impacto,*

siempre que las revistas utilicen un sistema de control de calidad sobre los artículos que publican. Un enlace dirige al lector al texto completo en la plataforma que lo haya originado.” (Aparicio, Banzato & Liberatone, 2016). Que las revistas de tipo científico, tengan una mayor visibilidad es una meta que algunas organizaciones se han trazado el objetivo porque reconocen la importancia de que el conocimiento científico que resguardan las revistas sea de libre acceso y así muchos más interesados puedan acceder a él.

Por último, las revistas científicas, por los medios que dispongan deben pensarse en procesos de visibilidad que les permitan llegar a las comunidades para las cuales han producido conocimiento e información que, puede verse reflejado en la sociedad, en la forma como los individuos toman y absorben ese conocimiento y lo interiorizan y después producen nuevos productos que pueden transformar el medio cotidiano de los aquellos. Por eso es de suma importancia la visibilidad desde las revistas científicas.

METODOLOGÍA

Este proyecto se enmarcará en el nivel comprensivo según el alcance de la propuesta y de acuerdo con investigación, el tipo será proyectiva, debido a que pretende diseñar y/o proponer un plan de visibilidad para solucionar el problema asociado a ésta, identificado en el planteamiento del problema. Además, este proyecto tendrá componentes tanto descriptivos como analíticos en la recolección de datos que permitan entender la información de forma más profunda, así como una parte práctica que exige poner en funcionamiento el conocimiento sobre el tema aquí tratado.

Para el desarrollo del plan de visibilidad planteado, primeramente, se deberá utilizar el método analítico, en el cual se descompondrá los elementos e ideas necesarios a través de la observación. Es entonces aquel es un concepto que significa desatar, descomponer, desliar, por eso que se entienda como distinción y separación de las partes de un todo para conocer sus principios o elementos, (Lopera y e tal, 2010). Según Montaner y Simón, “*el método analítico descompone una idea o un objeto en sus elementos (distinción y diferencia), y el sintético combina elementos, relaciones y forma un todo o conjunto (homogeneidad y semejanza), pero se hace aquella distinción y se constituye esta homogeneidad bajo el principio unitario que rige y preside ambas relaciones intelectuales*”. (Montaner y Simón, 1887, p. 133). Este método se desarrollará mediante

la búsqueda de información sobre la revista que permitan una contextualización de la misma.

Por lo tanto, el enfoque desde el que se guiará este proyecto será el enfoque cualitativo, con una parte práctica, ya que se pretende hacer un trabajo a partir de la interpretación y el análisis de los sucesos que son producidos en el escenario social, el cual como se cita en Mata, 2019, “*también es denominado naturalista-humanista o interpretativo, y cuyo interés “se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social”*”. (Mata, 2019).

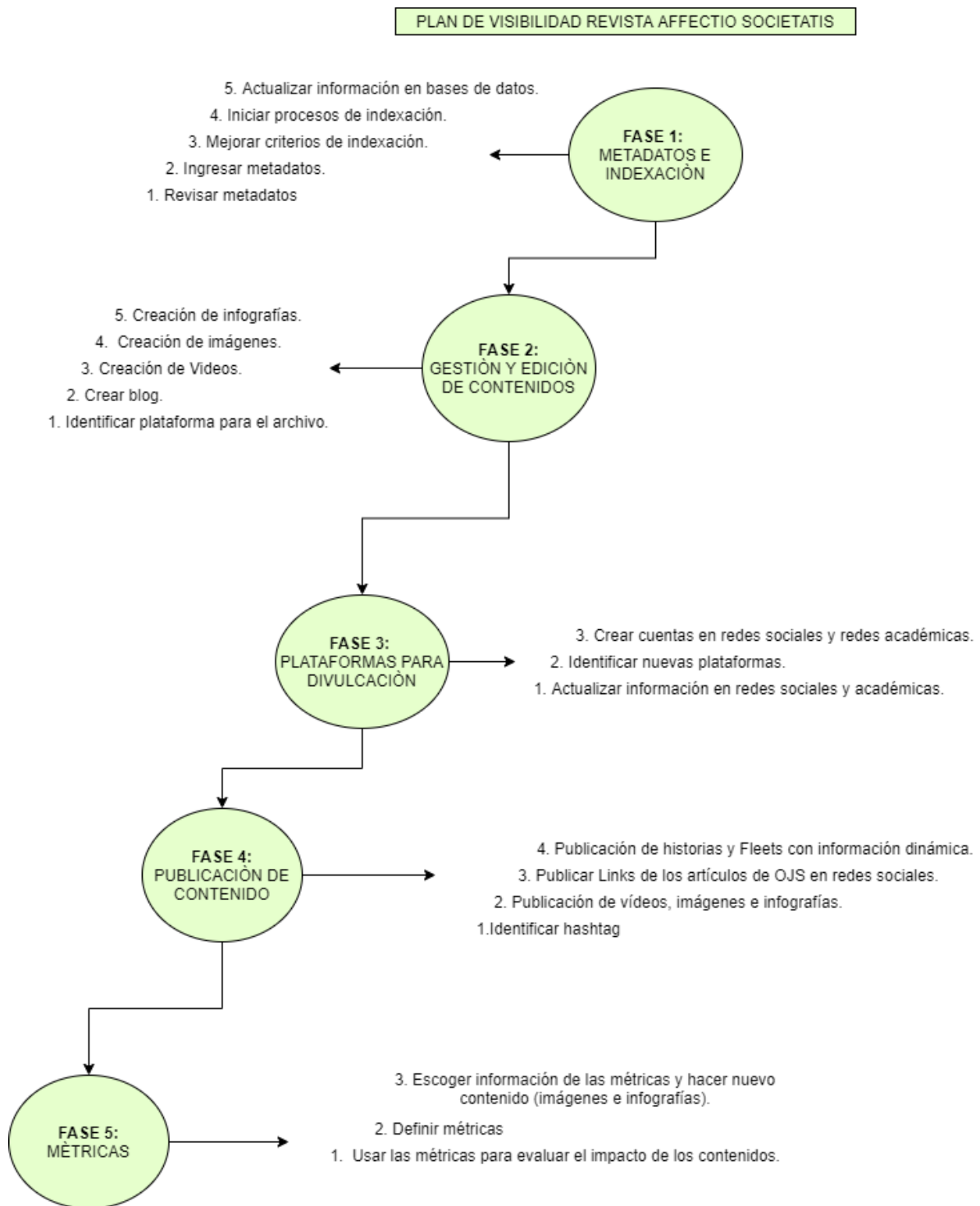
Al ser un trabajo que en su mayoría es de tipo proyectivo, lo más importante que se debe tener en este, además del levantamiento inicial de información, que se da con la conversación con personas, específicamente la persona encargada de la revista (editor) y su grupo de trabajo; es el diseño y estructura de la propuesta que sea coherente con las necesidades identificadas. Por ello, la fase de mayor cuidado es la fase analítica donde se recoge y se analiza por lo que es una fase donde los datos e información obtenida se deben precisar con el fin de clarificar el enunciado, a través de la recolección de datos con las técnicas planteadas para ello.

La planeación y ejecución de este proyecto al ser de carácter proyectivo implica que la sustracción de información que esté disponible en la web, como la página de la revista, además de la recolección de datos ofrecidos directamente por el personal que trabaja en la revista, a través de una conversación guiada por preguntas. Además, al tener un objetivo específico que busca apoyar el proyecto metadatos de la revista, se deberá poner en

práctica los conocimientos previos, como ya se mencionó anteriormente, lo que necesariamente significa ponerse en contacto directo con la situación.

Por otro lado, ello implica, tener encuentros con el personal encargado de la revista para conocer la forma como se está trabajando y la elaboración de técnicas que conduzcan a la sustracción de la información como es la conversación y las preguntas, de tal forma que se posibilite la obtención de la información que sea pertinente y se requiera para llevar a cabo éste proyecto. El análisis de ello se debe de hacer siguiendo los pasos de una investigación de tipo proyectiva y analítica, inicialmente, esto implica *“detectar las características fundamentales que contribuyen a que el evento en estudio sea lo que es; implica además percibir los componentes en la interacción que les permite formar la totalidad”*. (Hurtado, 2010), a través de la técnica del análisis.

Además implica, que las actividades que se deban realizar en cada una de las fases que tiene este tipo de trabajo, estén correctamente alineadas con los objetivos de la investigación que se proponen, ya que para este proyecto es de suma importancia la conversación, la interacción virtual, debido a que este trabajo se guiará bajo unas técnicas de recolección de datos específicas que implica que quién lo realiza se ponga en contacto con las personas que trabajan o están directamente relacionados con el objeto que se va a investigar, por lo que cada una de las actividades que plantea una investigación proyectiva sean correctamente planteadas con el fin de ofrecer una propuesta con lineamientos claros de ejecución posterior.



¹ Grafico 1: Fases plan de visibilidad Revista Affectio Societatis.

FASE 1: METADATOS E INDEXACIÓN

1.1. METADATOS

Los metadatos son parte importante en el proceso de recuperación de los recursos de información pues, estos identifican al recurso, los agrupan en similares, los organizan, además, de permitir la visibilidad. Los metadatos se clasifican en: *“los descriptivos, los estructurales y los administrativos. Los descriptivos contienen la información del título, autor y los keywords, y su función principal es ayudar al descubrimiento del recurso. Los estructurales describen las páginas y los capítulos. Los administrativos contienen información técnica y datos que facilitan la administración del recurso”*. (Vázquez, 2017).

Son los metadatos, aquellos que permiten que a través del internet se hable de bibliotecas virtuales. Todos aquellos recursos donde se alberga gran cantidad de volumen de información sobre un tema determinado y que se puede consultar, en su mayoría gratuitamente a través del acceso a una red de internet. Los metadatos, de acuerdo con Méndez, *“ante esta realidad, constituyen un mecanismo crítico tanto en la representación del conocimiento de colecciones digitales como en la explotación y aprovechamiento de los datos”*. (Méndez, 2014). Una forma correcta, en el ingreso de los mismos en las bases de datos y demás recursos bibliométricos, permite que la recuperación de información documental a través de la internet sea un proceso efectivo. De no ser así, dicha recuperación se ve interrumpida por problemas de ingreso en los metadatos de los recursos que se consultan. De ahí a que se hable de los errores en la recuperación de la información.

Ahora bien, como es sabido, los metadatos en de ingreso de información de la Revista *Affectio Societatis* en OJS, presentan errores en cómo están ingresados. Así, pues en la estructura de los metadatos de la Revista se encuentra que, principalmente los campos en los que se están presentando información errónea son: título, resumen, autoría y colaboradores/as, tipo, fuente, idiomas, disciplinas palabras claves, citas y páginas.

1.1.1. Errores de los metadatos de la revista.

Los errores más comunes encontrados en los metadatos de la Revista son:

- En el título, éste, se encontraba ingresado con mayúscula y en algunos casos con mayúsculas y minúsculas combinadas. También, que cuando el título presentaba título complementario solo se separaba con un solo punto.
- Información paralela colocada en un mismo campo, es decir, resúmenes en inglés, francés y portugués y sus respectivas palabras claves puestos en el en el campo del resumen para español. También se encontraron palabras como **Resumen** y **Palabras claves** puestas dentro de este campo.
- En algunos artículos escritos en portugués, se encontró que el idioma puesto era español (España).
- En el campo Idioma se encontró la siguiente información: es, cuando el artículo estaba escrito en español y por o pt, para portugués.
- La información escrita en el campo “Disciplinas”, escrita en minúscula.
- Se encontró que en el campo de autoría se ponía el apellido donde debería ir el nombre. Información de contacto incorrecta.
- Citas y referencias bibliográficas inexistentes en todas las plantillas de todos los artículos revisados hasta el momento.

- Paginación mal puesta o inexistente.
- En general la información paralela, que es la información que está en los demás idiomas en los respectivos campos en los que debería ir, no estaba puesta.

Ver [Tabla 1](#) en anexos.

Pantallazos²

Prefijo

Título *
DEL DESEO EN LAS MUJERES. Respuestas de las mujeres frente a la falta

English
Français (Canada)
Português (Brasil)

Información de cobertura

Tipo *

El tipo de envío suele ser de "imagen", "texto" u otros archivos multimedia entre los que se incluyen "software" e "interactivo". Elija el que sea más pertinente para su envío. Pueden encontrarse ejemplos en <http://dublincore.org/documents/2001-04/12usageguide/generic.shtml#type>

Resumen *

Palabras clave: deseo, mujer, castración, falo, falta, femenino, amor.

DESIRE IN WOMEN. WOMEN'S RESPONSES TO LACK

Abstract

This paper aims to present the findings of the research called "On Desire in Women" and to explain the method used and the investigative pathway that took place which was carried out from Freud's theory and Lacan's teaching. Additionally, it aims to present a summary of the theoretical aspects that allowed the

Idiomas *

es x
es x
es x
Português (Brasil)

Asuntos

English
Français (Canada)
Português (Brasil)

Disciplina(s)

psicoanálisis x

Nombre
Luzmaría Maestre
Correa
APELLIDOS

English
Français (Canada)
Português (Brasil)

os, segundos nombres y sufijos aquí si lo desea.

Contacto
versionespublicidad@gmail.com
Correo electrónico *

País
Colombia
País *

1.1.2. Ingreso de metadatos en OJS.

Ahora bien, el proceso de indexación de los datos de la Revista, se realizó siguiendo las instrucciones dadas por el Sistema de Revistas de la Universidad de Antioquia y también de acuerdo a las normas de ingreso de información bibliográfica. Es decir que:

² Pantallazos de información encontrada en los metadatos de la Revista Affectio Societatis.

- En el campo de título se pone en minúscula si antes estaba en mayúscula, comenzando con mayúscula y se pone los dos puntos cuando se encuentra título complementario.
- Se borra la información que se encuentra en el campo “Resumen” y se pone la que corresponde en cada uno de los idiomas y subcampos.
- En la parte del idioma se pone Español o Portugués, y se borra es, por y pt.
- En materias, se coloca la materia Iniciando con mayúscula. Para el caso de la Revista es Psicoanálisis.
- Se agregan información faltante en el campo de autoría y colaboradores/as. Apellidos donde deben ir, contacto según el especificado en cada artículo y afiliación, según la expresada en el texto base.
- Copia de todas las citas y referencias bibliográficas en todas las plantillas de los artículos.
- Correcta paginación según cada documento.
- Información paralela puesta en cada uno de los campos destinados para ella.

Tabla 2³:

DATOS ESTADÍSTICOS DE INGRESO DE METADATOS REVISTA AFFECTIO SOCIETATIS EN OJS					
Volumen	Número	Año	Elementos	# Plantillas actualizadas	Fecha
Vol. 12	Núm. 23	2015	15	1	26/04/2021 27/04/2021
				3	28/04/2021 30/04/2021

³ Tabla 2: Datos estadísticos de ingreso de metadatos Revista Affectio Societatis en OJS.

				10	01/04/2021 04/04/2021
Vol. 12	Núm. 22	2015	15	5	06/04/2021
				9	07/04/2021
Vol. 11	Núm. 21	2014	13	6	09/04/2021
				8	10/04/2021
Vol. 11	Núm. 20	2014	13	4	13/04/2021
				6	14/04/2021
Vol. 10	Núm. 19	2013	14	3	18/04/2021
				9	20/04/2021
Vol. 10	Núm. 18	2013	15	6	26/04/2021
				8	27/04/2021
Total				78	

Fuente: elaboración propia.

1.1.3. Recomendaciones para ingresos próximos en los metadatos

- El campo de “asuntos” según lo explicado, es un campo que siempre queda vacío. Pero de acuerdo con las normas catalográficas, ese campo correspondería a el encabezamiento de materia o descriptores; aquel o aquellos temas sobre los cuales se hace referencia en los artículos y que no son las palabras claves. Por lo que no debería quedar sin información, pues, los descriptores pueden ayudar en la recuperación de los artículos de la revista, al igual que los demás metadatos.

Existen encabezamientos simples, conformados por una sola palabra, unidos por una preposición, encabezamientos invertidos, encabezamientos unidos por un guion, etcétera y se escriben en mayúscula sostenida. Se recomienda, en consecuencia, que, la revista identifique tesauros en línea para sacar los asuntos

que serían los descriptores de cada uno de los artículos y que este campo no quede vacío.

Se proponen los siguientes: Tesauro de la [Asociación Psicoanalítica Argentina](#), tesauro de la [UNESCO](#) en psicoanálisis y [Tesauro de psicoanálisis](#). Además de otros que la persona encargada de hacer los ingreso considere necesarios.

➤ Terminología y normalización:

El uso del término “Psicoanálisis” es muy recurrente en los registros, como materia. Es el único termino que se ha podido, hasta el momento identificar en dichos registros. En el campo del psicoanálisis, muchos términos se repiten constantemente en los artículos, ya que los autores los utilizan, los cuales podrían normalizarse y podrían usarse como descriptores o como materias y así poder ayudar en la recuperación de la información.

La recomendación, es que la revista inicie un proceso terminológico donde identifique y normalice aquellos términos propios de su área y puedan ser utilizados en la descripción de los metadatos de la revista.

➤ Ingresar el título según sea el caso: título propiamente dicho, sin puntos; título con información complementaria, se separa con los dos puntos (:). También, ingresar los títulos en minúscula empezando con mayúscula y no ingresarlos con mayúscula sostenida o combinado.

- Ingresar la información en cada uno de los campos empezando con mayúscula, excepto en las palabras claves. Y escribir palabras completas, por ejemplo, en el campo “Idioma”, escribir en nombre del idioma completo y no sus iniciales.
- Llenar todos los campos con la información que contiene cada artículo, incluyendo toda la información paralela, pues esto posibilita que la información pueda recuperable para su visibilidad.

Como recomendación general para este apartado se le recomienda que la Revista seguir realizando los procesos de mejora en los metadatos, así como lo ha venido realizando.

1.2. INDEXACIÓN EN BASES DE DATOS

La indexación es la posibilidad que tienen las revistas científicas que se encuentran en el medio digital, de hacer más visibles su contenido frente a la sociedad. Permite, pues, que los buscadores arrojen en las búsquedas, los contenidos de las revistas que se encuentran indexadas en bases de datos. Ya que, *“la indexación es vital para la reputación, el alcance y, en consecuencia, el impacto de los artículos de las revistas”*. (Pandula, 2019). Por eso, las revistas deben procurar indexarse para mejor en la visibilidad y ayudar en la recuperación del conocimiento científico porque *“toda organización que publique revistas debe priorizar la indexación, para aumentar el alcance de sus artículos y atender mejor las necesidades de sus investigadores. Para que los editores de revistas logren el mayor impacto en la indexación, es fundamental cumplir tanto con los estándares básicos de publicación como con los más altos estándares técnicos de indexación”*. (Pandula, 2019).

1.2.1. Criterios

Entonces, para que una revista pueda ser indexada debe cumplir con una serie de criterios e indicadores que, validan la calidad de la información que están entregando a la sociedad. Esos criterios tienen que ver, en forma general, con tener un número de publicación seriada (ISSN), cumplir con una periodicidad en las publicaciones, tener un perfil de autores y evaluadores, código de ética, objeto identificador digital (DOI), tener política de derechos de autor, entre otros. Además, tener un alcance definido para publicar, tener política editorial y tener una política de archivo.

Cada base de datos es diferente y por ello presenta criterios de indexación diferentes, aparte de los generales. Lo que debe realizar la Revista *Affectio Societatis* es aplicar a cada una de las bases que en este plan de visibilidad se proponen y cumplir con esos criterios.

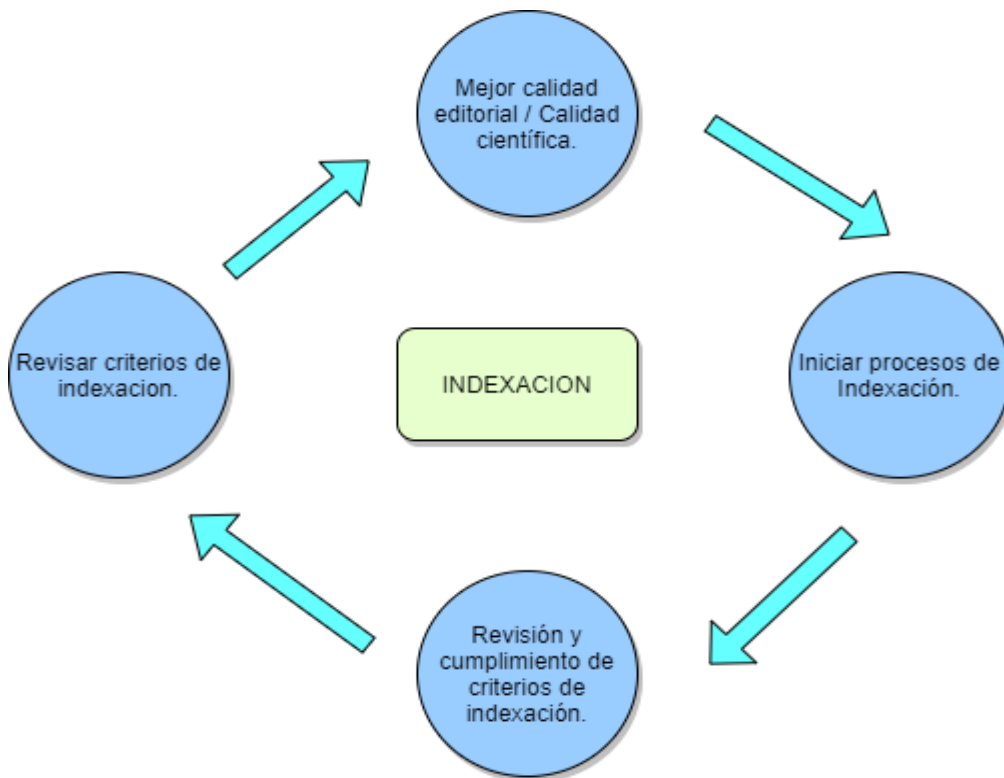
Ahora bien, la Revista *Affectio Societatis* tiene presencia en varias bases de datos, es decir que su contenido se puede recuperar mediante: Google scholar, e-revistas, Doaj, Dialnet, Pulindex y latindex. Se recomienda que la Revista identifique los criterios e indicadores de calidad que las bases de datos Scielo, Redalyc, Ebsco, REDIB y Miar para su indexación y se realicen las convocatorias para ser indexada en ellas.

Bases de datos identificadas	
Indexada actualmente	Se proponer indexación
Google Scholar E-revistas Latindex Pulindex Doaj Dialnet	Ebsco Redalyc Scielo Miar REDIB

Tabla 3. Bases de datos identificadas

Para la indexación de la Revista en nuevas bases de datos se recomienda:

Grafico 2⁴:



Fuente: elaboración propia.

⁴ Grafico 2: Criterios de indexación.

Además, se ha identificado que la Revista presenta una desactualización de los volúmenes del último año en varias bases de datos, por lo que es recomendable que se actualice esa información para que pueda ser recuperada y ser visible. O inicie procesos de indexación nuevamente en esas bases de datos si ya no está indexada en ellas.

Ahora bien, se recomienda iniciar con el proceso de indexación en Scielo ya que la revista puede cumplir con los requisitos de indexación.

[Ver](#) Criterios específicos de indexación.

Luego se recomienda indexarse a REDIB (Red Iberoamericana de Innovación y conocimiento científico). Ver [criterios](#) de calidad para revistas. Y [cómo participar](#).

FASE 2: GESTIÓN Y EDICIÓN DE CONTENIDOS

Las redes y las plataformas digitales están en una constante evolución, se adaptan a las necesidades corporativas y organizacionales de las empresas y entidades y, particularmente pueden ser aprovechadas para la gestión en los contenidos que las diferentes revistas científicas necesitan realizar. Por lo que la gestión de la información debe partir, entonces, de la necesidad de conservar la información que se posee, garantizar el acceso a esta, y, además también, de crear y mantener sistemas de comunicación con el propósito que la información interna fluya con rapidez y eficacia, pues, según Arévalo, esta *“permite a la organización, adquirir, producir y transmitir, datos e informaciones con una calidad, exactitud y actualidad suficientes para servir a los objetivos de la organización”*. (Arévalo, 2007).

En internet existen plataformas, herramientas o softwares que permiten la gestión de la información al *“ayudan a los usuarios a crear, administrar y modificar un sitio sin la necesidad de tener conocimientos específicos para la elaboración de códigos”*. (Kinsta, 2020). Se habla, entonces, de un CMS, softwares con la capacidad de crear páginas, y

donde se puede crear y compartir cualquier tipo de contenido multimedia. Ello, se conoce como un sistema de gestión de contenidos y Wikipedia lo define como:

"Un sistema de gestión de contenido que permite la creación y distribución de contenidos principalmente en páginas web. Consiste en una interfaz que controla una o varias bases de datos donde se aloja el contenido del sitio. El sistema permite manejar con independencia el contenido por una parte y el diseño por otra (...)".

2.1. Gestión de la información

Por otra parte, la Revista *Affectio Societatis* hasta el momento cuenta con 17 volúmenes y 32 números, lo que equivale a 418 artículos que se encuentran alojados en OJS. A esa información, se le recomienda hacer un proceso de gestión de información, con el fin de resguardar y asegurarla. Para eso se aconseja que la Revista resguarde la información de todos los procesos que lleva a cabo: proceso editorial y volúmenes con sus respectivos artículos.

Una forma de hacer lo que se propone en el párrafo anterior es la utilización de Google Drive, dicha aplicación, puede funcionar como una forma de autoarchivo de la revista, donde se respalde la información. Subiendo todos los volúmenes y sus artículos, además de la información editorial de cada volumen, al crear una carpeta donde se identifique el volumen, el número y el año. Eso, independientemente que el sistema de revistas de la universidad ya lo haga, se propone que la revista la haga de forma autónoma.

2.2. Creación de contenidos

Por otra parte, la edición de contenidos corresponde a las estrategias multimedia que facilitan y dinamizan la información para que sea fácilmente absorbida por las personas interesadas en los contenidos que se editan y publican.

Los contenidos digitales que han evidenciado que la revista crea son imágenes que contienen la información de cada uno de los volúmenes y pantallazos de los artículos, que son publicados en Facebook. En consecuencia, a ello, las recomendaciones que se le hacen a la revista *Affectio Societatis* para la creación de contenidos digitales son:

2.2.1. Crear videos: Pueden ser videos entrevistando a los autores, videos de los autores invitando a leer su artículo, videos del director invitando a consultar cada volumen cuando este sea publicado, videos explicativos de como consultar la información de la revista. Cualquier tipo de video que se ajuste a las necesidades informacionales de la revista, la duración se deja a consideración.

2.2.2. Creación de imágenes: Pueden ser imágenes digitales que contengan información de los últimos volúmenes que se hayan publicado, donde se pongan los logos de la redes sociales y académicas donde tiene presencia la revista. También se pueden tomar fotografías a los autores, si estos desean o de eventos.

The image shows a website banner for the journal 'Affectio Societatis'. At the top, the text 'REVISTA AFFECTIO SOCIETATIS' is displayed. Below this, there is a central image of the journal cover. To the left of the cover, the text 'Encuentra nuestra último volumen' is written above a green downward-pointing arrow. Below the arrow is a magnifying glass icon. To the right of the magnifying glass, the text 'En el siguiente enlace:' is followed by the URL 'https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/issue/archive'. Below the URL, the text 'Encuétranos y síguenos en:' is followed by several social media and academic platform icons: Facebook, Twitter, Instagram, Academia.edu, iD, LinkedIn, and ResearchGate. The text 'Revistas UdeA' is visible in the bottom right corner of the banner area.

2.2.3. Crear infografías: Las infografías resumen la información de tal forma que esta sea entendible para las personas de forma concisa. Se pueden crear infografías con la información general de la revista, de los volúmenes o incluso de cada uno de los artículos.

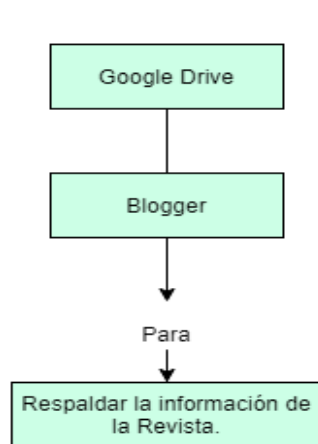
Infografía

2.2.4. Creación de un blog: Los blogs son otro de los medios por los cuáles los usuarios pueden consultar el contenido, este es de fácil elaboración. Existen muchas páginas para crearlos, pero para este caso se recomienda Blogger, por su fácil manejo y su arquitectura de información, además, este presenta métricas.

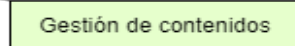
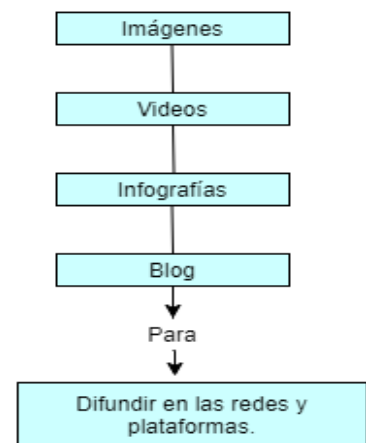
2.2.5. Pantallazos de información métrica de la revista y otros que se consideren necesarios.

Los contenidos mencionados anteriormente, los deberá realizar una persona que sepa de ellos o que tengas las habilidades que se requieren para hacer un excelente trabajo. Ello, pues, no quita que las personas que trabajan en la revista no los puedan realizar.

Gestionar la información por medio de:



Creación de:



Fuente: elaboración propia.

FASE 3: IDENTIFICACIÓN DE PLATAFORMAS PARA DIVULGACIÓN

El surgimiento y el rápido avance de la tecnología ha permitido el desarrollo de nuevos medios y canales de difusión por los cuales se puede difundir cualquier tipo de contenido. Permitiendo así, que los medios de comunicación se extiendan y se diversifiquen al *“involucrar tanto los medios tradicionales como los espacios virtuales, dentro de los cuales destacan las redes sociales y los diversos mecanismos de interacción con grupos de personas con el apoyo de la tecnología”*. (Hütt, 2012).

En cuanto a la divulgación y la difusión de contenido científico mediante los nuevos canales y medios, se debe entender que la ciencia no se limita únicamente a que el conocimiento científico sea público, si no por el contrario se debe asegurar que este sea recibido por una gran cantidad de personas ya que *“el papel de la divulgación científica y de la comunicación en los procesos de apropiación social de la ciencia, va más allá de la publicación de avances o resultados de investigación, busca contribuir con la*

formación de ciudadanos críticos y propositivos en relación con el aporte de la ciencia en la solución de los problemas de la sociedad". (Programa Regional de Apropiación Social del Conocimiento, 2013). La divulgación de la ciencia a través de las plataformas digitales, contribuye y ayuda a la apropiación de la misma, al comunicarse por canales diversos que facilitan la aprehensión.

Existen pues, una gran variedad de plataformas que sirven para la divulgación de contenidos científicos. Esas plataformas están divididas en: Redes profesionales, redes sociales y redes académicas.

3.1. Las redes sociales y redes académicas

Las redes son aquellas plataformas que además de generar interconexión entre los individuos, posibilitan poder difundir y divulgar todo tipo de información. Así pues, las redes profesionales o académicas son aquellas plataformas que actúan como una red, en la cual se genera una interacción entre profesionales y las empresas. Este tipo de redes ha *"contribuido a fomentar el concepto de "networking" entre las Pymes y mandos intermedios en el caso de las empresas más grandes. Su valor agregado es que permiten ir desarrollando una amplia lista de contactos profesionales, tanto para intercambios comerciales como para interacción y búsquedas de oportunidades entre las personas"*. (Hütt, 2012).

Las redes sociales son más dinámicas, conocidas y usadas en su mayoría porque se consideran como el lugar donde muchas personas interactúan entre sí y abarcan muchos temas. Afirma Celaya que *"las redes sociales son lugares en Internet donde las personas*

publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos". (Celaya, 2008). Por otra parte, las redes sociales son un *"espacio creado virtualmente para facilitar la interacción entre personas. Desde luego, esta interacción está marcada por algunos aspectos particulares como el anonimato total o parcial, si así el usuario lo deseara, la facilidad de contacto sincrónico o anacrónico, así como también la seguridad e inseguridad que dan las relaciones que se suscitan por esta vía"*. (Hütt, 2012)

Facebook, Instagram, Twitter son ejemplos de redes sociales.

En cambio, las redes académicas se adaptan a un tipo de público en concreto. Es *"un espacio digital determinado por la comunicación bidireccional, es decir, relacionarse, conversar y compartir la información. Y esto lo empleamos diariamente con los grupos de usuarios o empresas con los que compartimos gustos e intereses, en ocasiones muy concretos"*. (Molina, 2013). Aquí solo participan, las personas y organizaciones interesadas en compartir sus proyectos de investigación.

Los ejemplos de las redes académicas, se puede identificar las siguientes Academia, ResearchGate, Mendeley, Orcid, entre otras.

3.2. Plataformas para la divulgación de contenidos

En la identificación de las plataformas con las que cuenta la Revista se ha identificado que esta tiene muy poca presencia en las redes sociales, con tan solo dos cuentas creadas,

las demás cuentas de la Revista están en redes académicas. La presencia en las redes académicas, está un poco desactualizada. Hace faltan que se publiquen los volúmenes y los artículos más recientes.

Tabla 4⁵:

PLATAFORMAS			
EXISTENTES		NUEVAS	
Redes sociales	Redes académicas	Redes sociales	Redes académicas
Facebook LinkedIn	RsearchGate Academia	Twitter Instagram	Mendeley Orcid

Fuente: elaboración propia.

Para el desarrollo del plan de visibilidad de la Revista, aconseja tener presencia en redes sociales como Twitter e Instagram. Además, de la actualización de la información que se publican en las redes sociales y las redes académicas. Para que exista una visibilidad efectiva, se debe ir a la par con la información que se publica tanto el OJS como en las redes con la que cuenta la Revista.

⁵ Tabla 4: Plataformas identificadas.

Se plantea que la Revista, cree cuentas en las plataformas indicadas y actualice la información en las demás redes.

Las plataformas identificadas para hacer divulgación del contenido de la revista se dividen en dos: redes sociales y redes académicas.

En las redes sociales se han identificado las más conocidas y que tiene un gran impacto, por lo que la presencia de *Affectio Societatis* en ellas, puede ayudar en la visibilidad, ellas son: Twitter, Instagram y Facebook.

Por su parte las redes académicas tienen una importancia en la publicación del contenido científico y están respaldadas para hacerlo por tener un carácter profesional, donde se puede debatir y compartir información relevante para una comunidad científica, dicha información ha pasado por un proceso editorial. Esas redes identificadas son: Orcid, ResearchGate, Mendeley, Academia y LinkedIn.

3.3. Estado de la Revista *Affectio Societatis* en redes sociales y académicas

La revista en las redes sociales tiene muy poca presencia, con solo una página en Facebook, donde no se realiza ninguna publicación desde julio de 2020 hasta el momento que se realiza este trabajo. En las redes académicas se tiene perfiles en las siguientes redes identificadas: Academia, ReserchGate y LinkedIn.

3.3.1. Redes sociales:

3.3.1.1. Facebook

Cuenta con una página en esta red social. Donde tiene una descripción detallada sobre lo que publica entre otros asuntos. No incluye el link de OJS en ese perfil.



Affectio Societatis

@revistaaffectiosocietatis · Universidad

Contactarnos

aprendeonline.udea.edu.co

Inicio Información Fotos Opiniones Más ▾

Te gusta

Mensaje



Aquí, se publican los links de los artículos en OJS. Algunas veces solo se publica el link sin ninguna descripción, otras veces se publica el link acompañado con una leyenda y con una imagen.

No se evidencia publicación de videos, infografías o información estadística ni información sobre eventos o conversatorios. Tampoco, se publica con hashtags.



Revista **Affectio Societatis**
Vol. 16, N.º 30

CONTENIDO

Vol. 16, N.º 30 enero-junio de 2019
ISSN 0123-8884

Señala el organismo responsable de sus derechos reservados, impreso en Colombia.
Luzmila Domínguez Córdoba de Córdoba, México, María Victoria... 188

Artículo de reflexión:
Estrategias metodológicas y éticas

3.3.2. Redes académicas

3.3.2.1. Academia

Tiene un perfil en esta red académica, donde presenta una descripción sobre la revista, en esta descripción o perfil no incluye el link de OJS.



Se publica el pdf del artículo acompañado con el resumen de cada uno éstos.
Hace falta subir información actualizada. No están los artículos más recientes.

PAPERS



No dejar de amar a quien hace sufrir

by [Revista Affectio Societatis Universidad Antioquia](#) and [Esteban Ruiz Moreno](#)

El presente artículo, resultado de la investigación La relación entre la pulsión sadomasoquista y algunas formas de amor, busca dilucidar algunos puntos referentes a las problemáticas del amor cuando éste se experimenta a través de sus catástrofes: actos extremos de sacrificio al otro; violencias sobre el cuerpo, sea el propio o del otro; experiencias de sufrimiento insoportable, pero imposible de abandonar a veces. ¿Qué sostiene este tipo específico de relación amorosa? El goce determinado que los sujetos extraen del sufrimiento amoroso podría proponerse como una de las coordenadas específicas para dilucidar la dinámica subyacente al maltrato en las relaciones de pareja.

[Download](#) 368 Views



Revista Affectio Societatis 28 ART 12 264 283

[Download](#) 220 Views



La rivalidad y los celos, fundamento del vinculo social

by [Revista Affectio Societatis Universidad Antioquia](#) and [Alfonso Gushiken](#)

En el discurso corriente y en las ciencias sociales, predomina la idea de que la violencia sería ... [more](#)

3.3.1.2.2. ResearchGate

No se evidencia un perfil como tal. Las poblaciones que existen en dicha red han sido realizadas por la Universidad de Antioquia, no como la revista Affectio Societatis o Affectio Societatis.

No existe una descripción ni link.

La información que se publica son pdf, resumen de los artículos y autor.

Affectio Societatis

Publisher: Universidad de Antioquia

Additional details

Cited half-life	data not available
Immediacy index	data not available
Eigenfactor	data not available
Article influence	data not available
Website	
Website description	
Electronic ISSN	0123-8884
Publications in this journal	

Advertisement



Discurso y superyó en la enseñanza de Lacan entre 1953 y 1958. // Discourse and superego in Lacan's teaching from 1953 to 1958.

Article Jun 2010

Marcela Ana Negro

This article arises from the evaluation of two definitions given by Lacan to the concept of the superego in the period between 1953 and 1958. Lacan explains the superego as an effect of the symbolic action over the subject...

[View](#)



Source

[Expand abstract](#)

El cuerpo travesti como urdimbre neobarroca y como desecho en la novela Cobra (1972) de Severo Sarduy. // the transvestite body as a neo-baroque litter and weave in Severo Sarduy's novel Cobra (1972).

Article Dec 2008

Arteaga, Andrés

In the current work we will analyze the role of the transvestite body as litter and weave in Cuban writer Severo Sarduy's novel Cobra (1972). First, we will present a brief differentiation among Alejo Carpentier's, Lezama Lima's, and Sarduy's baroque...

[View](#)

3.3.2.1. LinkedIn

Existe un perfil de la revista Affectio Societatis con una descripción, pero no se pone el link de OJS en la descripción. Tiene una imagen que identifica a la revista, mas no una portada.

Se publica el link directo del artículo en OJS, palabras claves y el resumen del artículo.

Información desactualizada, no se publica desde 2016.

The screenshot shows the LinkedIn profile for 'Affectio Societatis'. The profile picture is a circular logo with the text 'Affectio Societatis' and a small image. The cover photo is a blue background with a white network diagram. The profile name is 'Affectio Societatis' and it is associated with 'Universidad de Antioquia'. The bio states: 'Revista del Departamento de Psicoanálisis de la Universidad de Antioquia' and 'Colombia · 333 contactos'. There is a blue button that says 'Unirse para conectar'.

Acerca de

La Revista Affectio Societatis es una publicación del Departamento de Psicoanálisis de la Universidad de Antioquia (Medellín-Colombia), creada en el año de 1998 y concebida como un espacio de difusión



The screenshot shows a LinkedIn post. The post title is: "AUTOPUNICIÓN" E ITINERARIOS DE LA SEXUALIDAD INFANTIL EN DE LA PSICOSIS PARANOICA EN SUS RELACIONES CON LA PERSONALIDAD (1932). ("SELF-PUNISHMENT" AND ITINERARIES OF INFANTILE SEXUALITY IN PARANOID PSYCHOSIS AND ITS RELATION TO THE PERSONALITY (1932)). The post is from 'Affectio Societatis' and is dated '30 de enero de 2016'. The text of the post reads: 'This paper is part of doctoral project titled "Pictures of the Child in Lacan (1932-1938)". It shows how Lacan's reference, in his thesis from 1932, to the development of K. Abraham on the developmental stages of libido was mediated by Lacan's reading and appropriation of many works by the Société Psychanalytique de Paris on self-punishment. It also studies how Lacan used such developments in order to refute the constitutional theories in psychiatry. Finally, it points out how Lacan's...'. There is a 'Mostrar más' button and a section for 'Otros autores' with a profile picture and a 'Ver publicación' link.

3.3.2.2. Mendeley

En mendeley no se evidencia un perfil como tal, pero cuando se busca información sobre la revista Affectio Societatis, aparecen varios artículos con el pdf, el resumen, autor y nombre de la revista.

YEAR	JOURNAL	Citations
<input checked="" type="radio"/> Anytime (3) <input type="radio"/> Last 12 months (0) <input type="radio"/> Last 5 years (0) <input type="radio"/> Last 10 years (2) <input type="radio"/> Custom range	Affectio Societatis N° 8/ junio/ 2008 Gallo H. <i>Affectio Societatis (2008)</i> + Add to library Related	N/A 5 Readers
DOCUMENT TYPE <input type="checkbox"/> Journal (3)	Un número en lugar de un nombre propio Sanín A. <i>Affectio Societatis (2013)</i> (French) ABSTRACT FROM AUTHOR]; Copyright of Affectio Societatis is the property of Affectio Societatis + Add to library Sign in to view PDF Related	N/A 1 Reader
JOURNAL <input checked="" type="checkbox"/> Affectio Societatis (3) <input type="checkbox"/> Juridical Tribune (2) <input type="checkbox"/> Revista de Derecho Privado (2) <input type="checkbox"/> Affectio Soc. (Medellin) (1) <input type="checkbox"/> Annals of the Stefan cel Mare University of Suceava : Fascicle of the Faculty of Economics and Public Administration (1)	Reflexiones acerca de la caída del padre y las minorías sexuales Peidro S. <i>Affectio Societatis (2013)</i> Societatis is the property of Affectio Societatis and its content may not be copied or emailed to multiple ... d'élargir les possibilités d'analyse à propos de ce suje (French) [ABSTRACT FROM AUTHOR] Copyright of Affectio + Add to library Related	N/A 2 Readers

Después de haber identificado las plataformas para la divulgación del contenido de la revista y de acuerdo con la información que se encontró sobre las plataformas, se recomienda a la Revista Affectio Societatis realizar lo siguiente:

3.4. CREACIÓN DE PERFILES

Como es habitual en las redes sociales y las redes académicas, estas necesitan para la creación de un perfil ya sea de una persona o de una organización, que se ponga información verídica, como lo es el correo o número de teléfono, el nombre, la fecha de nacimiento entre otros datos, de tal forma que posteriormente pueda ser confirmado, esto ayuda, también a solucionar inconvenientes cuando se olvida la contraseña.

Los perfiles en las redes sociales y en las redes académicas son el medio por el cual las organizaciones llegan más fácil y rápidamente a una gran cantidad de personas de tal

forma que éstos ayudan a transmitir, potenciar y promover aquello que necesita ser visto, para el caso de la revista *Affectio Societatis* es la visibilidad de los artículos que publica.

Que una organización o entidad tenga presencia en las redes sociales y en las redes académicas, es un factor diferenciador e importante ya que va a potenciar la interacción entre la entidad y usuarios reales y potenciales, en la que se puede llegar a conocer las necesidades específicas del público al cual se está dirigiendo.

Las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter son similares al momento de crear un perfil, pues, piden casi los mismos datos. Es indispensable poner una fotografía, elección del nombre, describir a cerca de..., poner links, si es el caso.

La elección del nombre en las redes sociales es muy importante, debido a que es como los usuarios nos van a identificar.

De acuerdo a lo anterior se dan algunas nociones para la creación de perfiles en las plataformas identificadas.

3.4.2. Facebook

En el caso de Facebook, esta pide nombre, correo, fecha de nacimiento, elegir género y generar una contraseña entre otros.

Registrarte



Es rápido y fácil.

Fecha de nacimiento

Sexo

 Mujer Hombre Personalizado

Al hacer clic en "Registrarte", aceptas nuestras [Condiciones](#), la [Política de datos](#) y la [Política de cookies](#). Es posible que te enviemos notificaciones por SMS, que puedes desactivar cuando quieras.

Registrarte

Con Facebook suceden dos cosas: se puede crear una página y un perfil desde el cual se puede manejar y controlar la página. Se aconseja crear un perfil e integrar la página que ya existe de la revista en Facebook.

3.4.3. Twitter

Para crear un perfil en twitter, es necesario visitar el sitio oficial de dicha red social en internet, digitando en el buscador la palabra "Twitter", se le da clic en el primer link. Y registrar cada uno de los datos que se piden.



Crea tu cuenta

[Usar correo](#)

Fecha de nacimiento

Esta información no será pública. Confirma tu propia edad, incluso si esta cuenta es para una empresa, una mascota u otra cosa.



Siguiente

3.4.4. Instagram

Como en las demás redes sociales al momento de registrarse se debe poner el nombre, un correo, fecha de nacimiento y siempre dar clic en “siguiente”.

Esta permite crear perfiles con Facebook.

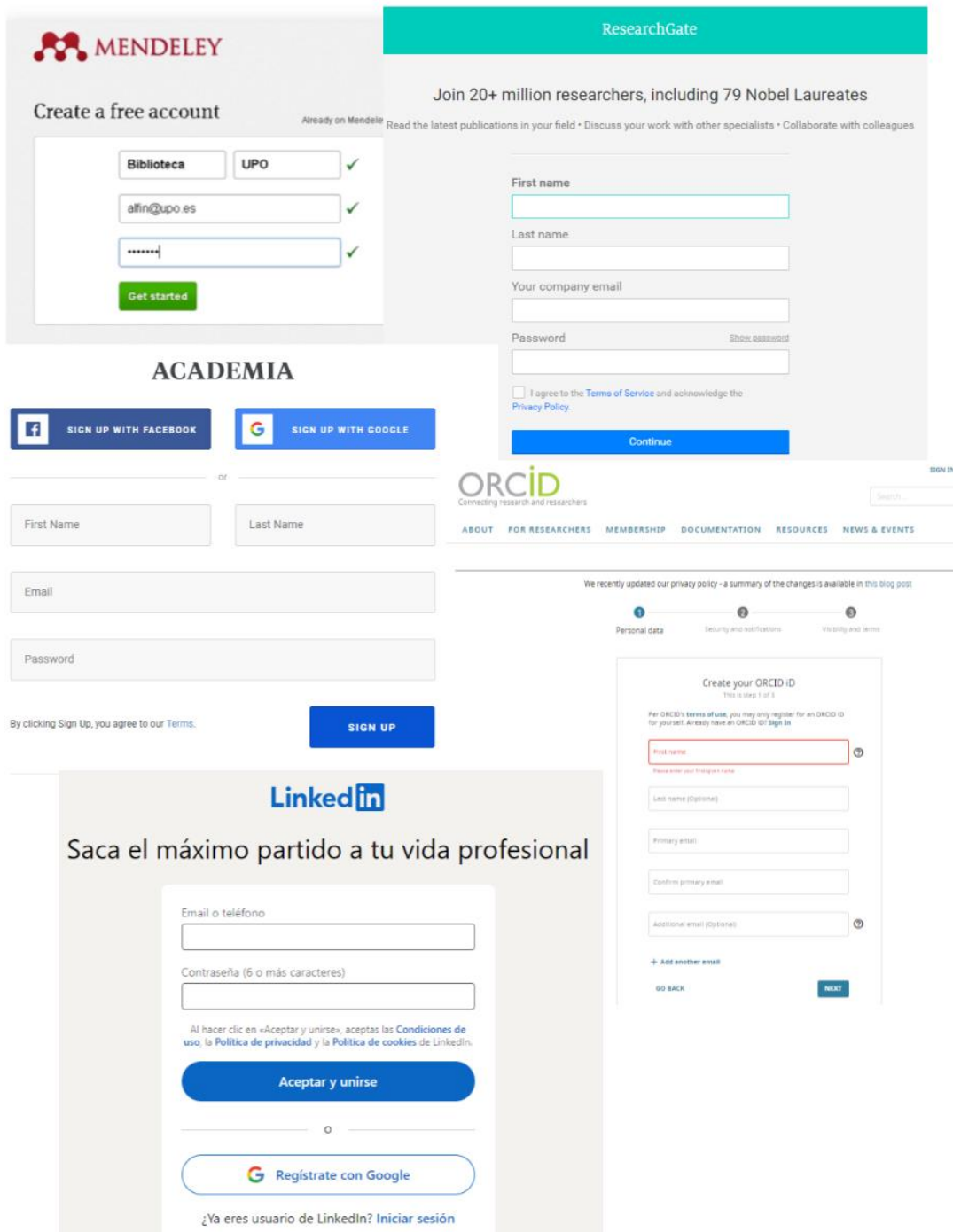


3.4.5. Redes académicas

Por otra parte, la creación de perfiles en las redes académicas es diferente en tanto que para unirse es necesario poner información que las redes sociales no piden como por ejemplo tipo de investigador, institución, departamento y área de conocimiento, Academia; lo mismo sucede con ResearchGate; en Orcid se debe “incluir el código en páginas web y cualquier tipo de publicación para asegurar el crédito sobre la obra.”

Las redes académicas al igual que las redes sociales permiten la creación de perfil con los perfiles de otras redes por lo que el proceso es casi que instantáneo.

Para tener información detallada sobre cómo se debe crear perfiles en las redes académicas se puede dar clic en los siguientes hipervínculos: [LinkedIn](#), [Mendeley](#), [ResearchGate](#), [Academia](#), [ORCID](#).



3.4.6. Recomendaciones

- ✓ En la fase dos, en la creación de imagen, se debe crear una imagen para que sea la foto de perfil en todas las plataformas identificadas, ya que se ha identificado que no cuenta con una foto que identifique a la revista, sino que a cada volumen se le crea una imagen y se pone esta imagen como foto de perfil.

Que la revista piense en crear una imagen que no varié y que integre los colores de la revista y logo.

- ✓ Se puede pensar en la poner la abreviación del nombre de la revista RAS, RAFS (Revista Affectio Societatis) o AFFSO para reemplazar el nombre de la revista. Los que aquí se ponen, son solo ejemplos, son los encargados de la revista de escoger lo que mejor sea para ellos.
- ✓ En la parte de descripción que tiene cada una de la red social poner una descripción clara y concisa sobre la revista aparte de siempre poner el link de OJS. Debido a que las descripciones tanto en Facebook como en las plataformas académicas donde tiene perfil presenta mucha información y elementos innecesarios.

Por ejemplo:

La Revista Affectio Societatis es una publicación del Departamento de Psicoanálisis de la Universidad de Antioquia, concebida como un espacio de difusión académica, tanto de las actividades propias del Departamento de Psicoanálisis como de las inquietudes e investigaciones que suscita el lugar del psicoanálisis en el escenario universitario, sin olvidar el ámbito propio de la clínica. La revista está dirigida a docentes, investigadores, estudiantes y todos aquellos profesionales interesados en el psicoanálisis como método, teoría y práctica clínica. Contamos con un comité editorial que evalúa cada uno de los artículos que publicamos: artículos de investigación, artículos de reflexión, artículos cortos y clásicos del psicoanálisis.

Estamos indexados en: Google Scholar, E-revistas, Latindex, Pulindex, Doaj, Dialnet. Y también nos puedes encontrar en nuestras redes sociales Instagram, Facebook y Twitter.

O

Somos una revista virtual que publica los resultados de artículos de investigación, artículos cortos, artículos de reflexión y clásicos, en el área del psicoanálisis. Pertenecemos al departamento de Psicoanálisis de la Universidad de Antioquia. Los artículos son sometidos a un proceso editorial para evaluar su calidad y pertinencia.

Estamos indexados en: Google Scholar, E-revistas, Latindex, Pulindex, Doaj, Dialnet. Y también nos puedes encontrar en nuestras redes sociales: Instagram, Facebook y Twitter.

- ✓ Preferible que para la creación del nombre en cada una de las plataformas se coloque “Revista Affectio Societatis” O “Affectio Societatis” o la abreviación.
- ✓ Poner los links de las demás redes donde la revista tiene una cuenta, esto más que todo en las redes sociales.
- ✓ Actualizar la información y/o recuperar los perfiles en las plataformas, si ya tienen creado uno.

3.5. AGREGAR PERFILES Y SEGUIR PERFILES

Después de creadas cada una de las cuentas, las personas encargadas de manejar las redes sociales de la revista deberán buscar los perfiles, las cuentas y las páginas que sean similares a la de la revista.

3.5.2. Facebook

Las actividades que se recomienda realizar en Facebook son las siguientes:

- ✓ Buscar los perfiles en Facebook de los autores y enviar la invitación.
- ✓ Buscar grupos y páginas afines al psicoanálisis. Se recomiendan los siguientes:

- Psicoanalysis(PDF-

DOC):<https://www.facebook.com/groups/107427919408444>

Grupo donde se puede compartir el contenido de la revista Affectio Societatis y donde se puede encontrar personas interesadas en consultar el mismo, ya que se evidencian personas que buscan en este grupo recomendados para leer en el tema del psicoanálisis.

- Psicoanalysis(PDF-

DOC):<https://www.facebook.com/groups/107427919408444>

Grupo donde se puede compartir el contenido de la revista y donde se pueden encontrar personas interesadas en consultar el mismo, ya que existen personas que buscan recomendaciones sobre qué leer para determinados temas relacionados con el Psicoanálisis.

- Literatura, cine y psicoanálisis:

<https://www.facebook.com/groups/304920150091020>

Grupo donde existe mucha interacción entre los participantes y se abordan los tres temas del nombre del grupo. Se puede publicar los contenidos de la Revista Affectio Societatis.

- Freud y psicoanálisis: <https://www.facebook.com/freudypsicoanalysis/>

Esta es una página, manejada por una psicoanalista experta, aquí se pueden encontrar charlas, videoconferencias e invitaciones a asistir a conversatorios sobre el psicoanálisis. Se puede hacer contacto por personas expertas en el tema para posibles editores de la revista.

- ✓ Publicar contenido.

3.5.3. Twitter

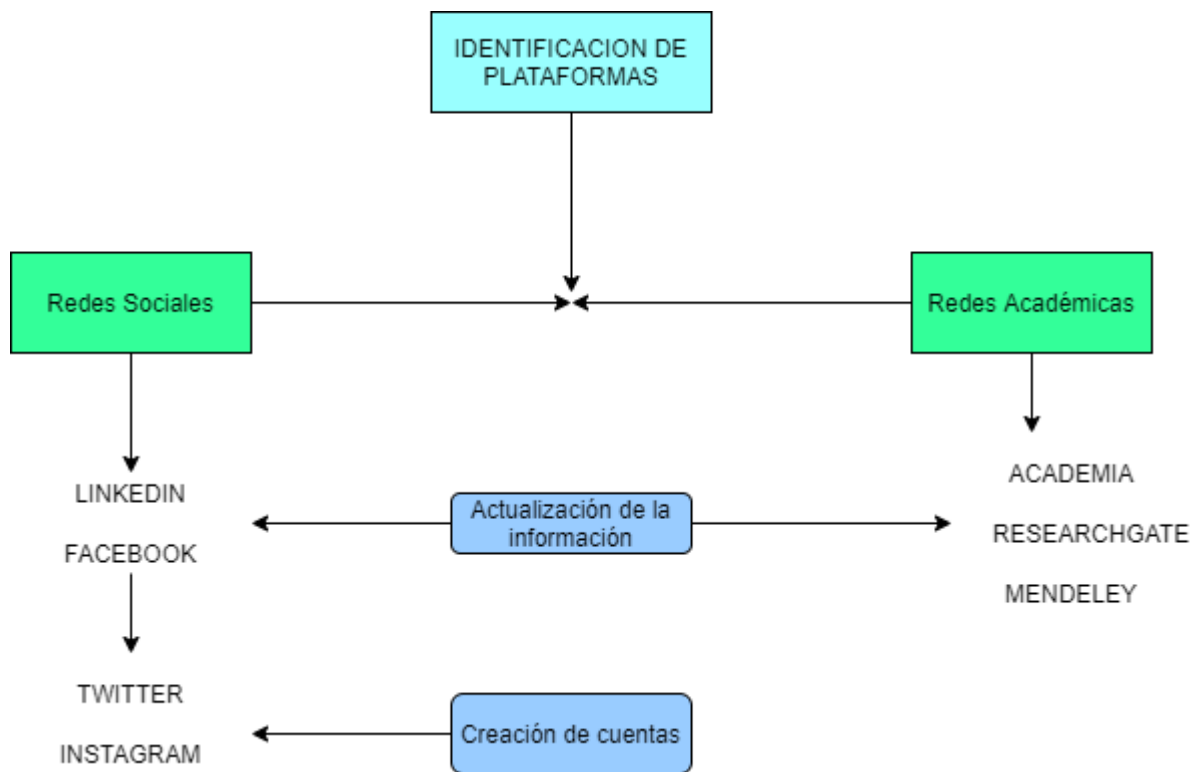
Actividades a realizar:

- ✓ Seguir perfiles afines al psicoanálisis y también buscar las cuentas de los autores de la revista.
- ✓ Publicar contenido.

3.5.4. Instagram

- ✓ Identificar cuentas en Instagram para seguir.

Grafico 3⁶:



Fuente: elaboración propia.

⁶ Grafico 3: Identificación de plataformas.

FASE 4: PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS

1.1. Publicar contenido científico en las redes sociales

Las redes académicas y en especial las redes sociales en la actualidad, surten y sirven como espacios de publicación de información científica y tecnológica, dado al potencial de éstas, de ser medios de comunicación con una amplia acogida, revolucionando así la comunicación.

La publicación en las redes sociales, es pues, el medio inmediato por el cual las organizaciones llegan sin intermediarios a su público objetivo. Es decir, publicar en redes sociales no es algo controlado, como si lo es cuando se hace en bases de datos o en las mismas revistas. Existe libertad en estos espacios de publicar lo que se desea ya que la *“principal regla es que no hay reglas; es decir, no hay censura, línea editorial o restricción que marque la pauta en este tipo de espacios”*. (Hütt, 2012). Por lo que encontramos todo tipo de contenidos.

Ahí, la responsabilidad de quien publica estos contenidos en las redes sociales de garantizar a sus internautas que la información es confiable y que ha pasado por un arduo proceso de evaluación antes de llegar a ser publicados.

Ello ha permitido que en la sociedad se introduzcan conocimientos científico-técnicos con lenguajes más simples y comprensibles a las personas del común que participan de la *“ciencia ciudadana, las redes permiten a los ciudadanos participar en algunos estudios globales, recogiendo y aportando datos locales”*. (Fernández, Menéndez & Fuentes, 2019). Esa comprensión de la ciencia ha dado lugar a transformaciones en el entorno social inmediato.

Es entonces aquí, cuando la apropiación social del conocimiento a través del uso de las redes sociales y académicas toma parte fundamental, ya que no son únicamente las

universidades y los centros de investigación los que poseen el conocimiento, éste se comparte por medios que permiten su dinamización. Esto si tomamos en cuenta que *“desde la óptica de la sociedad del conocimiento, la apropiación, significa, la democratización del acceso y uso del conocimiento científico y tecnológico, como estrategia para su adecuada transmisión y aprovechamiento entre los distintos actores sociales, que derivará en el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y sus integrantes”*. (Agudelo, 2012).

Así pues, el ejercicio de publicar información científica en las redes sociales es un acto que va más allá de solo publicar, implica pues, llegar a los usuarios de una forma autentica y limpia en las que se genera cercanía, confianza y credibilidad entre quienes participan de la comunicación que se genera a través.

Al hablar de publicación de la ciencia en redes sociales, es inevitable no hablar de lo que ha hecho Twitter, el cual es la red social *“más influyentes, ya que sirve como fuente de información en tiempo real y tiene un carácter profesional”*. (Fernández, Menéndez & Fuentes, 2019).

Esta fase, como su nombre lo indica, es la publicación de los contenidos definidos en la fase 2 mediante las plataformas identificadas en la fase 3. Para la publicación de los contenidos en las redes sociales se debe buscar estrategias, que pretendan alcanzar y llegar a nuevas personas y entidades interesadas en los contenidos que la revista edita y publica que es el psicoanálisis.

1.2. Clasificar contenidos para publicar en redes sociales

Ahora bien,

La información que la revista *Affectio Societatis* publica son artículos que se dividen en artículos de investigación, artículos cortos, artículos de reflexión y clásicos del psicoanálisis, alojados en OJS. El tema que predomina, dada la naturaleza de la revista es el Psicoanálisis y de este se derivan subtemas tales como: sujeto, cuerpo, lenguaje, pulsión, goce, superyó, discurso, entre otros, además de tratar las obras de autores como Lacan y Freud que se mencionan en los trabajos publicados.

Se propone que antes de publicar esos links de los artículos en las redes sociales se clasifiquen los links de los artículos del más reciente volumen, ello en una tabla en excel. Para ello, se han identificado cuatro (4) categorías recurrentes en los trabajos de la revista: sujeto, cuerpo, política y teoría.

Clasificar los links de los artículos de cada uno de los volúmenes, en esas cuatro categorías posibilita que al momento de hacer un post (publicación en las redes sociales), no se publique información que hablen de un mismo tema, seguidamente. Por ejemplo, que no se publique seguidamente los links de artículos que hablen sobre el sujeto y el otro sobre el superyó, etc. Ello permitirá la variedad en la publicación de los links.

Así pues, se pone como ejemplo el Vol. 12 Núm. 22.

Ver tabla 5 en anexos.

4.3. Metodología

La información con la que se va a trabajar son los contenidos que ya están disponibles en OJS; artículos y métricas. Se publican videos, imágenes e infografías de acuerdo a las dinámicas que cada red social lo permita. La metodología para publicar debe basarse de acuerdo a cada red social y red académicas.

4.3. Publicación en redes sociales

Las publicaciones en las redes sociales se hacen a través de lo que se conoce como *post*, es donde se publican imágenes (incluidas fotografías), videos e información textual acompañados de links. Se invita a la creación de publicaciones o post con información que anime a su consulta.

4.4. ¿Cómo crear un post?

Para crear una publicación en las redes sociales se necesitan varios elementos como tener claro el tema sobre el que se va a publicar para construir un encabezado que motive o invite a las personas a darle me gusta, a comentar, a compartir o a consultar la información que se va a poner.

Un post se construye con varios contenidos digitales, una imagen acompañada de una leyenda o escrito, hashtags, etiquetar oras cuentas o perfiles y links. Lo mismo sucede cuando se va a publicar un video, una infografía o un pantallazo, se pueden acompañar de estos elementos. Es mejor cuando se acompaña una publicación en las redes de casi todos estos elementos, porque así se asegura que la información tenga interacciones entre los internautas.

Publicar una imagen y un link no es atractivo.

Ahora bien, cuando se hace este tipo de publicaciones en las redes sociales se debe escoger un lenguaje que no resulte ajeno al público que tenemos agregados. Se debe tratar de que lo que estemos posteando resulte atractivo.

4.4.1.Ejemplos

Como ejemplo de ello, para este plan de visibilidad se han creado los siguientes ejemplos

del encabezado de publicaciones, cabe mencionar que esto debe ir acompañado de una imagen, infografía o video.

- Te invitamos a leer este artículo que habla sobre los modelos energéticos en el psicoanálisis en el siguiente enlace <https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/21632>
- #Ojo #Mirada #Pulsión #Freud son algunos de los temas que se pueden encontrar en el artículo escrito por el investigador @Norman Marín Calderón #CostaRica <https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/21634>
- ¿Quieres leer acerca del deseo, del lenguaje y de la moral desde la perspectiva del psicoanálisis? Dale una mirada a este artículo que habla de estos temas relacionados con el #Psicoanálisis disponible en <https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/21378> #Superyó.
- Te invitamos a consultar el siguiente artículo **Neopsicoanálisis: ¿un encuentro posible?** Aquí: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/21372>
- Ya está disponible nuestro último volumen (Vol.18 Núm.34). Haz clic en el siguiente enlace para disfrutar de grandes excelentes autores y de grandes ideas. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/issue/view/1850>

Además, puedes encontrar:

- ✓ Acting out y pasaje al acto. Hacia una ética del acto suicida/Raúl Antonio Jiménez Betancourt; Ricardo García Valdez. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/341784>
- Apodos como nominación. Identificación y constitución de subjetividad en la adolescencia/Diego Fernando Bolaños.

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/339>
[606](#)

- Repensar al duelo: de lo singular a lo cultural/Dr. Marcelo Grigoravicius;
Mg. Agustina Toso.

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/342606>

- Psicoanálisis y filosofía política: una diada óptima para la explicación del comportamiento electoral colombiano/Milany Andrea Gómez Betancur;
María Elena Restrepo Vélez.

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/342305>

- Las pasiones del ser según Lacan, Rodrigo Valentín Abinzano, Nicolás Mazal.

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/344792>

- Puntuaciones sobre el goce en las neurosis: una introducción a la teoría/
Víctor Manuel Badillo Castillo.

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/342476>

- Masoquismo primordial y masoquismo del goce en el surgimiento del sujeto en Lacan/Carmen Elisa Escobar María.

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/344520>

- Entre el psicoanálisis y la institución: un dispositivo psicoanalítico en una institución de salud mental en Colombia/Isaac Osorio.
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/343>
[976](#)
- A Transferência Literária em 'Slow Learner' de Thomas Pynchon/Shakere Nils.
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/328>
[323](#)

4.5. #HASHTAGS

Las redes sociales son plataformas dinámicas que se mueven gracias a la interacción entre las personas. Los hashtags son palabras que ayudan a que el contenido que se publique no se quede únicamente en los perfiles de donde son publicados, sino que lleguen a las personas que están hablando sobre esos temas. Así, por ejemplo, en Instagram cuando se publica una imagen con determinados #hashtags y un usuario le da “me gusta” a esa publicación, le van a llegar sugerencias sobre las publicaciones que tienen esos hashtags y la posibilidad de seguir las publicaciones que los contienen.

Estos se deben escoger de acuerdo con el tema de la información que se va a publicar.

4.5.1. Si se va a publicar información estadística: #Datos #InformaciónEstadística #RevistaCientífica #Indicadores #Psicoanálisis #GoogleAnalytics.

4.5.2. Si se va a publicar imágenes de eventos: #Invitación #RevistaAffectioSocietatis #UdeA #07deSeptiembre #ConversatorioUdeA #Psicoanálisis o el tema del evento.

4.5.3. Si va a publicar los links de los artículos en OJS: Importante tener presente la clasificación que se hizo anteriormente, depende del tema de cada artículo.

CATEGORÍAS			
SUJETO	CUERPO	SOCIAL	TEORIA
HASHTAGS			
#Sujeto #Melancolía #Suicidio #Superyó #Ética #Goce #Pulsión #IdentificaciónyConstitución #LasPasionesdelSer #PsicologíaInfantil	#Sexualidad #Masoquismo #Cuerpo #Pasiones #Libido #Adolescencia #Exceso	#DiscursoJurídico #FilosofíaPolítica #ComportamientoElectoralColombiano #ClinicaPolítica #ClinicaAnalitica	#Teorías #Lacan #Freud #Descartes #Psicoanálisis #Neopsicoanálisis

Tabla 6:

Se recomienda hacer hashtags con las dinámicas de los contenidos de la revista y utilizarlos en las publicaciones en las redes sociales.

4.6. Facebook

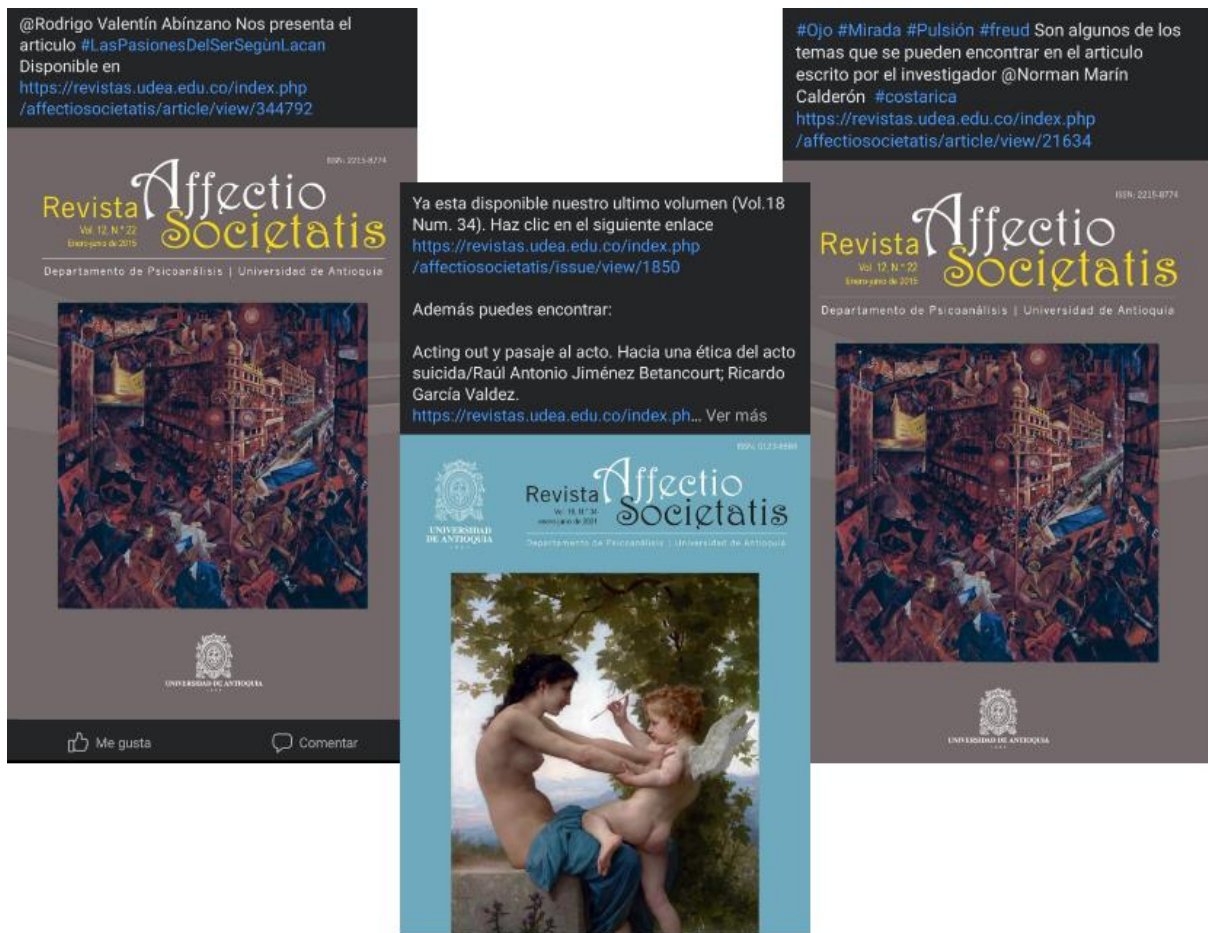
El tipo de información y/o contenido que se pueden publicar en Facebook son:

- ✓ Textos demasiado amplios. En este caso, se puede publicar el link de los volúmenes con los correspondientes links de los artículos en OJS, así como se ha mencionado anteriormente.

- ✓ Se puede publican videos de entrevistas que se le hagan a autores. Videos que tengan un tiempo de duración de hasta 20 minutos. Pero es aconsejable que los videos de la revista no sobrepasen más de 6 minutos.

- ✓ En Facebook también se pueden ver videos cortos que no superen los 26 segundos, en la parte de historias.

- ✓ También se pueden realizar publicaciones donde se etiqueten a los autores de los artículos.



Importante: En cada una de las publicaciones que se realicen en Facebook, es necesario poner alguna imagen que acompañe lo que se está publicando.

4.7. Twitter

En twitter se pueden publicar textos que contengan hasta 280 caracteres, videos que tengan como límite 30 o 45 segundos, imágenes, e infografías. Así pues, se recomienda publicar en esta red social:

- ✓ Videos cortos de 30 segundos, en lo que se conoce como Fleet.
- ✓ Twitrear información acompañado del link de OJS. Es importante que se acompañe con una imagen o un video.

- ✓ Twittear videos, imágenes e infografías con información sobre los artículos, eventos, nuevos volúmenes, charlas de autores u algún otro evento relacionado a la revista.



4.8. Instagram

Instagram es una red social donde se comparte esencialmente imágenes, pero también se pueden publicar videos cortos de hasta un minuto en el feed y videos largos IGTV hasta de una hora en el feed.

Para publicar texto en esta red social es obligatorio acompañar con una imagen o un video. Esas publicaciones si se les agrega links al contrario de como sucede en Facebook e

Instagram estos no funcionan al darle clic. Se debe copiar el link. En las historias se puede poner el link, pero solo es para cuentas con 10.000 seguidores.

En vista de lo anterior se aconseja publicar de la siguiente manera:

- ✓ Publicar imágenes de cada uno de los volúmenes, imágenes, videos e infografías en el feed.
- ✓ Publicación de historias con links de OJS (Imágenes, videos, infografías).

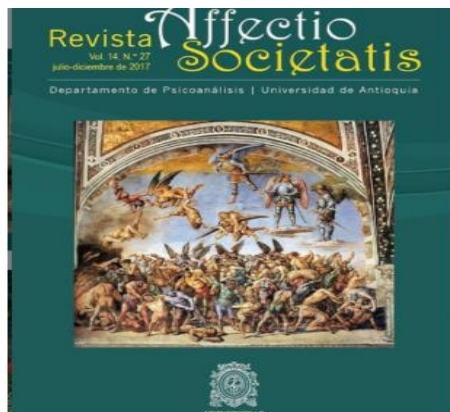
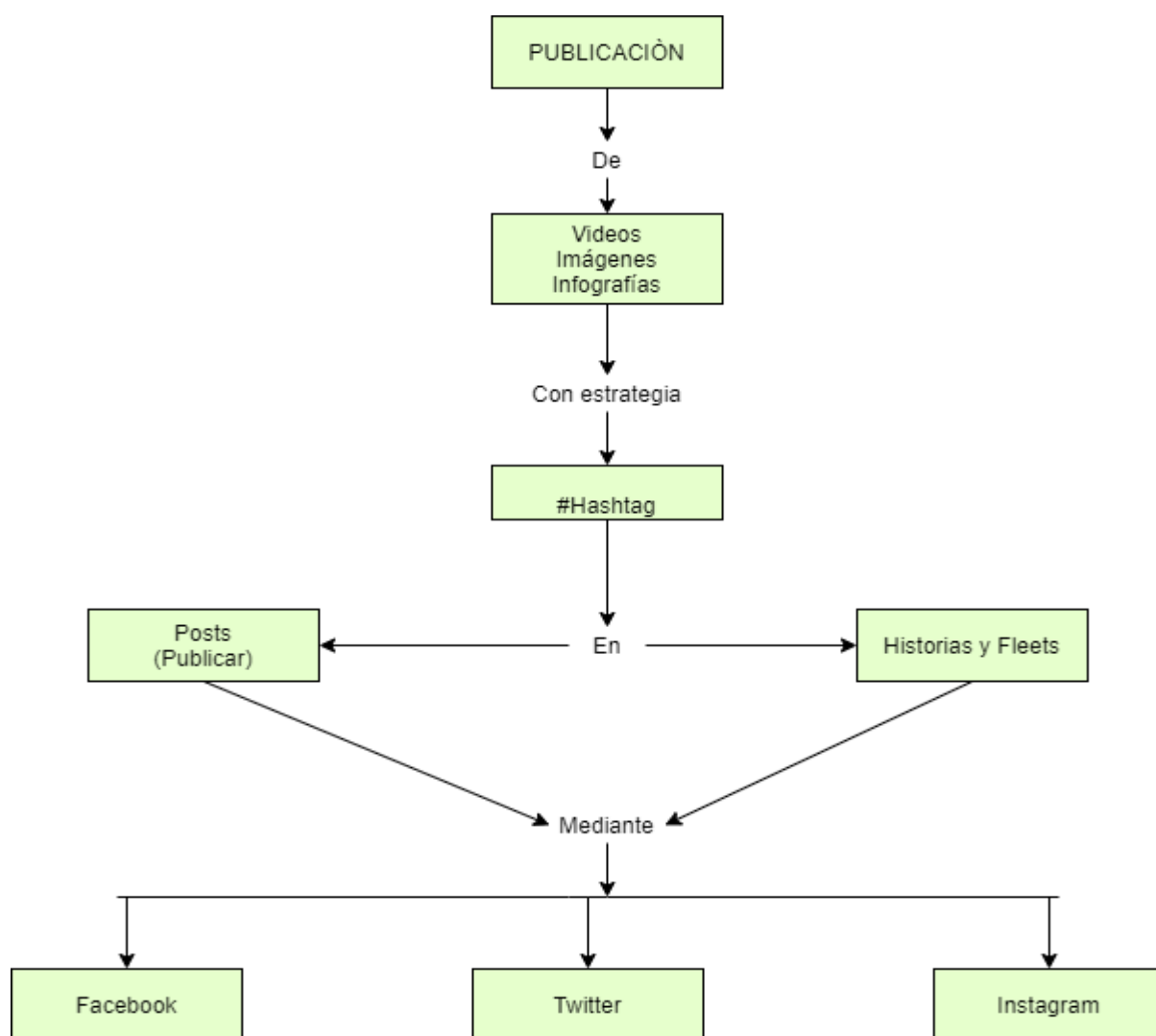


Grafico 4⁷:



Fuente: elaboración propia.

⁷ Grafico 5: Publicación.

En las plataformas como Academia, Mendeley, Orcid, LinkedIn y ReseachGate se deben publicar los contenidos de los volúmenes que tiene la revista en OJS.

Por otra parte, las infografías e imágenes se pueden compartir por correo.

FASE 5: MÉTRICAS

La evaluación en la ciencia, comprueba el impacto que los resultados científicos han tenido en la sociedad y en la construcción de la misma. Por lo mismo las revistas científicas deben, en lo posible utilizar índices e indicadores bibliométricos y cientiométricos para que pueda ser evaluada su efectividad en los usuarios de interés a los que se dirigen. Pues *“la calidad de una investigación científica y su determinación de acuerdo con el juicio de uno o más individuos, después de un proceso de análisis donde influyen de manera simultánea factores intelectuales, psicológicos y sociales, ha sido un aspecto esencial para el desarrollo de la ciencia”*. (Arencibia y De Moya, 2008).

Evaluar es, pues, importante ya que *“los indicadores bibliométricos, en revistas científicas como en los demás agregados, juegan un papel de control de la calidad de la investigación y aportan la información necesaria para el mejoramiento de la visibilidad y el impacto. De otra parte, son los que posibilitan la inclusión en fuentes de datos y sistemas y el mejoramiento dentro de los mismos (posición en cuartiles)”*. (Chaviano, 2018). Son esos aspectos de los cuales depende principalmente la calidad de la información. Pero, también, *“la calidad de las revistas científicas está dada, entre otros indicadores indirectos, por los sistemas de indexación y registro en las que se encuentran insertas, las cuales también reflejan su visibilidad y prestigio”*. (Chaviano, 2018).

Ahora, *“la evaluación de la investigación en la actualidad se fundamenta en un pequeño conjunto de métricas, siendo la más utilizada el factor de impacto, y la consiguiente distribución en deciles, cuartiles y terciles de las revistas que comparten una misma temática”*. (Moreno, 2020). Las revistas científicas deben elegir los indicadores más

acordes a los medios que disponen. Las métricas, son indicadores que ayudan en la evaluación de los contenidos científicos, estas se definen, según la necesidad que cada revista presente, así por ejemplo se puede hablar del índice H o el indicador de impacto entre otros.

Las métricas son definidas por las bases de datos en las que se encuentra indexada una revista, estas arrojan información cuantitativa sobre el contenido y la interacción con dicho contenido. Pero también, existen métricas que pueden sacarse desde la interacción de los contenidos en las plataformas digitales.

Tabla 6⁸:

MÉTRICAS			
	Bases de datos indexadas	Redes sociales	Redes académicas
Dadas por	Google Scholar Latindex Pulindex Doaj E-revistas	Facebook LinkedIn	ORCID ResearchGate Academia
	Redalyc Scielo Ebsco Scopus	Twitter Instagram	

⁸ Tabla 5: Métricas.

Indicadores	Indicadores cuantitativos y bibliométricos	Indicadores alternativos, Almetrics	
-------------	--	-------------------------------------	--

Fuente: elaboración propia.

Las métricas, desde luego se basan en indicadores que miden que tan relevante resulta la oferta de algo, en este caso, el conocimiento científico, disponible a través de diferentes medios, para una comunidad. Esa medición se hace a través de datos analíticos que van a permitir conocer el comportamiento de los usuarios respecto a lo que se está publicando y de acuerdo a ello tomar decisiones. Esto se hace a través de herramientas miden el impacto de las publicaciones.

Las redes académicas propuestas anteriormente, tienen métricas integradas por lo que resulta mucho más fácil conocer el número de descargas, el número de citas, el número de visitantes, número de vistas, páginas leídas entre otros.

Las métricas en las redes sociales se miden de acuerdo al alcance; es decir la cantidad de personas que han visto la publicación, el engagement; me gustas, comentarios, veces en que se comparte la publicación, entre otros. Estas redes, al igual que sucede con las académicas, presentan indicadores que permiten conocer la relevancia del contenido que se está publicando en las diferentes redes sociales.

Con las métricas se puede:

- ✓ Conocer la distribución geográfica de los lectores.
- ✓ Artículos con más relevancia.
- ✓ Que tan consultado es el contenido.



De acuerdo con lo anterior se recomienda a la revista *Afectio Societatis* identificar y consultar las métricas integradas a cada plataforma identificada, en dado caso que se cree un perfil en ellas, seguir utilizando las herramientas con las que cuenta (Google Analytics), además se recomienda la utilización de las siguientes herramientas para medir la visibilidad e impacto, ello, sobre todo, en las redes sociales:

5.1. Herramientas

- ✓ Google Analytics: Herramienta que ya es utilizada por la revista y la cual arroja todo tipos de métricas, en OJS. Además, permite en las redes sociales, “llevar más tráfico a tu perfil, las url más compartidas, las páginas de destino, las conversiones o los flujos de los usuarios.” (González, 2016).
- ✓ Facebook Insights: Sirve para analizar y medir las acciones que se realizan en Facebook, como los me gustas, alcance de publicaciones, visitas, número de veces que se comparten las publicaciones, etcétera. Herramienta gratuita. Herramienta gratuita.
- ✓ Twitter Analytics: Herramienta que mide los tweets, los seguidores y las publicaciones. Además de mostrar un resumen de lo que ha sucedido durante un tiempo entre otros datos estadísticos. Herramienta gratuita.

- ✓ Klout: Mide la actividad de una cuenta en varias redes sociales para conocer la influencia y relevancia de los perfiles.

Por consiguiente, para el plan de visibilidad que se pretende realizar, la revista deberá permitirse la elección de unas métricas que le permitan monitorear su contenido en donde este se encuentre, que permitan la evaluación y con ella asegurar la visibilidad de los contenidos que se publican.

Además, las métricas presentan información que puede resumirse en otros contenidos que pueden ser fácilmente divulgados mediante las plataformas con las que cuenta la Revista.

CONCLUSIONES

A modo de conclusión,

- ✓ La revista *Affectio Societatis* no cuenta con una estrategia definida de visibilidad en las diferentes plataformas y bases de datos en las que tiene presencia, eso se ve reflejado en la estructura de sus publicaciones en redes como Facebook y también por la forma como publican su contenido en las redes académicas.
- ✓ Sumado a eso, es importante mencionar que, en el tema de los metadatos, han venido trabajando con el fin de mejorar la visibilidad en el OJS y para cumplir con ciertos criterios para indexarse a bases de datos.
- ✓ *Affectio Societatis* es una revista con muy poca presencia en las redes sociales, contando solo con una página en Facebook. Pero al contrario de esto, tiene cierta notoriedad en algunas redes académicas como LinkedIn y Academia. Además, de encontrarse indexada en bases de datos de mucha relevancia e importancia como Google Scholar entre otras.
- ✓ Se encontró que es una revista que presenta una desactualización en casi todas las plataformas en las que se encuentra. Esa desactualización tiene que ver con que en varias de esas plataformas no se ha vuelto a publicar ningún contenido hace un año o más. Ello, claramente es un factor que no ayuda en la visibilidad de la revista actualmente.

RECOMENDACIONES

- ✓ La revista deberá implementar un plan o estrategia de visibilidad que incluya tanto indexarse en nuevas bases de datos, cumpliendo con los criterios que cada una presente y exija y, desarrollar estrategias orgánicas a través de la publicación en redes sociales. Para cumplir dicho fin, deberá crear perfiles en las redes sociales más importantes del momento.
- ✓ Se debe pues, diseñar muy bien, las estrategias de publicación en las redes sociales con el fin de que lo que se publique sea atractivo e interese a los receptores del mensaje.
- ✓ Identificar los criterios de indexación de cada una de las bases de datos propuestas en este plan de visibilidad no fue posible completamente porque es un proceso que lo debe de iniciar la revista. Las personas que actúen como representantes de *Affectio Societatis*, deben de ser lo encargados de postular la indexación a cada base de datos, por lo que la recomendación es esa.
- ✓ Se propone que la revista cree más contenidos digitales como videos, infografías y también fotografías y se publiquen en las diferentes plataformas que lo permiten. Para eso debe clasificar su información de tal forma que al publicar no resulte excesivo o repetitivo.
- ✓ Se recomienda que la revista realice un proceso de vigilancia para identificar otras redes académicas más relacionadas con el campo del psicoanálisis y que su contenido sea afín a este, para luego la creación de perfiles, si es pertinente.
- ✓ La revista *Affectio Societatis* debe iniciar un proceso, si no lo ha hecho, de actualización de la información que publica en bases de datos como en Facebook. Se encontró que en varias plataformas el contenido esta desactualizado.

BIBLIOGRAFIA

Vázquez, R. (2017). Los metadatos y su importancia. Universidad de Puerto Rico Recinto de Piedras, Centro de Excelencia Académica. Recuperado de <https://cea.uprrp.edu/los-metadatos-y-su-importancia/#:~:text=Un%20recurso%20muy%20importante%20en,en%20Internet%20son%20los%20Metadatos.&text=Los%20Metadatos%20son%20informaci%C3%B3n%20acerca,la%20recuperaci%C3%B3n%20de%20los%20datos.>

ATS Gestión documental. (2018). Gestión documental. Recuperado de <https://atsgestion.net/gestion-documental/#tema-4>

Méndez, E. (2014). Metadatos y recuperación de información: estándares, problemas y aplicabilidad en bibliotecas digitales. Universidad Carlos III de Madrid, Departamento de Biblioteconomía y Documentación. Recuperado de https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/26863/tesis_eva_mendez_2001.pdf

Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. Universidad de Costa Rica, Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/1513/1521>

Arencibia, R., & De Moya, F. (2008). La evaluación de la investigación científica: una aproximación teórica desde la cienciometría. ACIMED. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352008000400004

Moreno, A. (2020). Las métricas en la evaluación de la investigación. Investiga UNED. Recuperado de <http://investigauned.uned.es/las-metricas-en-la-evaluacion-de-la-investigacion/#:~:text=La%20evaluaci%C3%B3n%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20en%20la%20actualidad%20se%20fundamenta,que%20comparten%20una%20misma%20tem%C3%A1tica.>

Pandula, D. (2019). Indexación de revistas: normas básicas y por qué son importantes. Universidad de Salamanca, Biblioteca de Traducción y Documentación. Recuperado de <https://universoabierto.org/2019/08/22/indexacion-de-revistas-normas-basicas-y-por-que-son-importantes/>

Arévalo, A. (2007). Gestión de la información, gestión de contenidos y conocimiento. SIOU. Universidad de Salamanca, Facultad de Traducción y Documentación. Recuperado de http://eprints.rclis.org/11273/1/Jornadas_GRUPO_SIOU.pdf

Ochoa, H. (2004). Visibilidad: el reto de las Revistas Científicas Latinoamericanas. Opción, 20(43), pp.162-168. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/310/31004311.pdf>

Aparicio, A., Banzato, G., & Liberatone, G. (2016). Manual de gestión editorial de revistas científicas de ciencias sociales y humanas: buenas prácticas y criterios de calidad. CLACSO. Recuperado de <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.482/pm.482.pdf>

Pérez, J. (2011). Las revistas científicas y su visibilidad. SAPIENS, 12(1). recuperado de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1317-58152011000100001

Polanco, J. (2010). Visibilidad y difusión web para revistas académicas. Universidad de Costa Rica. Recuperado de <https://ucrindex.ucr.ac.cr/docs/Visibilidad-y-difusion-web.pdf>

Rozemblum, C. (2014). El problema de la visibilidad en Revistas Científicas Argentinas de Humanidades y Ciencias Sociales: estudio de caso en Historia y Filosofía. Memoria Académica. Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado de <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1031/te.1031.pdf>

Urizar, C., & Insfran, L. (2017). Redes sociales y su impacto en la difusión del conocimiento científico. Revista Discover Medicine,1(2). Recuperado de <https://revdiscovermedicine.com/public/SegundoNro/EditorialVol1Nro2.pdf>

Bejarano, M. (2012). La indización de las revistas científicas. Revista paradigma, 33(1). Recuperado de <http://ve.scielo.org/pdf/pdg/v33n1/art01.pdf>

Lopera, J., Ramírez, C., Zuluaga, M. & Ortiz, J. (2010). El modelo analítico como método natural. Critical Journal Of Social and Juridical Sciences, vol. 25, 1.

Hurtado, J. (2010). Metodología de la investigación: Guía para la comprensión holística de la ciencia. Quirón Ediciones, ed 4. 1-1.324 p.

González, C. (2016). 7 herramientas para la analítica de redes sociales. E magíster. Recuperado de <https://www.emagister.com/blog/7-herramientas-para-la-analitica-de-redes-sociales/>

Fernández, Menéndez & Fuentes. (2019). La comunicación científica ante las redes sociales: Guía de actuación para divulgar ciencia a través de ellas. Universidad Complutense, Madrid. Recuperado de <https://www.ucm.es/data/cont/docs/1334-2019-03-27-Gu%C3%ADa%20de%20actuaci%C3%B3n%20def%202019%20WEB.pdf>

ANEXOS

Tabla 1ⁱ.

ESTRUCTURA DE METADATOS REVISTA AFFECTIO SOCIETATIS EN OJS				
METADATOS/ CAMPOS	DATOS ENCONTRADOS EN CADA PLANTILLA	NOVEDAD	FORMA CORRECTA	
Idioma del envío	Español (España) o Portugués (Brasil)	Cuando el artículo está escrito en portugués, en algunos casos se encontró Español (España)	Español (España) o Portugués (Brasil)	En la mayoría de estos metadatos faltaba la información paralela. Por lo que se le debió poner.
Prefijo	LA	Solo se ponen los prefijos cuando los tres títulos paralelos contienen un prefijo.	La	
Título	GENITALIDAD EN LA ADOLESCENCIA / DEL DESEO EN LAS MUJERES. Respuestas de las mujeres frente a la falta	Títulos con suplementos separados con un punto. Títulos escritos en mayúsculas y con mayúsculas y minúsculas combinadas.	genitalidad en la adolescencia / Del deseo en las mujeres: respuestas de las mujeres frente a la falta	
Subtítulo		Este campo queda vacío porque se le agrega al título.		
Resumen	Resumen y palabras claves en el mismo campo.		Copiar resumen	

Información de cobertura	X	Ninguno de los artículos hasta el momento presenta dicha información .	Bojayá, Chocó
Tipo	Vacío		Texto
Fuente	Vacío		Estudios clínicos en neopsicoanálisis, Kaplam-Solms
Idiomas	es / por		Español / Portugués
Asuntos		Queda vacío	
Disciplinas	psicoanálisis	La disciplina escrita en minúscula.	Psicoanálisis
Palabras claves	fases, desarrollo, significante, estructura, sujeto		
Nombres	Liza María Maestre	Nombres y apellidos escritos en el mismo campo	Liza María
Apellidos	Correa		Maestre Correa
Contacto	affectio@antaresudea.edu.co	Información de contacto de la revista, en vez de la del autor.	julio.hoyos@udea.edu.co
País	Colombia	Con información correcta.	Colombia / Argentina
URL/Identificador ORCID	X	Ninguno de los artículos tiene url	
Afiliación	Universidad de Antioquia		Universidad de Antioquia
DOI	X	Ninguno de los artículos tiene DOI	

		hasta el momento.		
Citas	Vacío		Copiar citas del documento	
Páginas	1-14	Con número de páginas incorrectos y a veces vacío.	1-14 / 23-37	

ⁱ Tabla de la estructura de metadatos de la revista *Affectio Societatis* en OJS.

Tabla 5: Clasificación de artículos en OJS.

PSICOANÁLISIS			
SUJETO	CUERPO	SOCIAL	TEORÍA
Links de artículos que tengan como tema central la concepción del ser.	Links de artículos que hablen de temas de sexualidad o lo relacionado con ello.	Links de artículos que su tema sean temas sociales o algo relacionado con ello.	Links de artículos que tengan como tema central la fundamentación de la disciplina.
O que tengan las siguientes palabras claves o palabras relacionadas.			
Consciente Suicidio Melancolía Neurosis	Masoquismo Pasiones Libido	Filosofía política Discurso jurídico Clínica analítica	Descartes Lacan Freud Psicoanálisis

Superyó Adolescencia Subjetividad Ética Goce Pulsión			
Links de artículos para publicar en las redes sociales y redes académicas.			
Cirugías ortognáticas: ortopedia de la imagen y la pacificación de la mirada (vol. 12 # 22 (2015)). https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/21370	Deseo, lenguaje, moral: perspectiva psicoanalítica (vol. 12 # 22 (2015)). https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/21378	Entre el psicoanálisis y la institución: un dispositivo psicoanalítico en una institución de salud mental en Colombia (vol.18 #34 (2021)). https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/343976	Psicoanálisis: ¿un encuentro posible? (vol. 12 # 22 (2015)). https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/21372
O corpo: traço, imagem, afeto (vol. 12 # 22 (2015)). https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/21633	La genitalidad en la adolescencia (vol. 12 # 22 (2015)). https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/21379	Violencia escolar y autoridad: el bullying desde la perspectiva psicoanalítica (Vol.15 #28 (2018)). https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/330756	Modelos energéticos en psicoanálisis: diferencias entre Sigmund Freud y Jacques Lacan (vol. 12 # 22 (2015)). https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectiosocietatis/article/view/21632
Principios del síntoma: del desciframiento al			Nueve notas sobre el concepto de Pulsión

<p>goce (vol. 12 # 22 (2015)).</p> <p>https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectediosocietatis/article/view/21628</p> <p>Transferencia y pulsión: ejes de la clínica analítica (vol. 12 # 22 (2015)).</p> <p>https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectediosocietatis/article/view/21740</p> <p>Badiou y Lacan: el anunciamento del sujeto (vol. 12 # 22 (2015)).</p> <p>https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectediosocietatis/article/view/21744</p>			<p>en la obra de J. Lacan (vol. 12 # 22 (2015)).</p> <p>https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectediosocietatis/article/view/21743</p> <p>Psicopatología: entre a psicanálise e a psiquiatria (vol. 12 # 22 (2015)).</p> <p>https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectediosocietatis/article/view/21735</p> <p>Del exceso y su regulación: reflexiones desde el psicoanálisis y la filosofía (vol. 12 # 22 (2015)).</p> <p>https://revistas.udea.edu.co/index.php/affectediosocietatis/article/view/21738</p>
--	--	--	---

--	--	--	--