



26 de junio de 2026 Valencia (UPV)

Academic SEO como estrategia de visibilidad científica: resultados y propuestas para revistas y editoriales



Publicación parte del
Proyecto PID2022-142569NA-I00
de investigación financiado por:



El problema: las revistas no se encuentran...

Acceso vía buscadores

Poco tráfico orgánico

Baja visibilidad externa

Dependencia de plataformas

Errores comunes

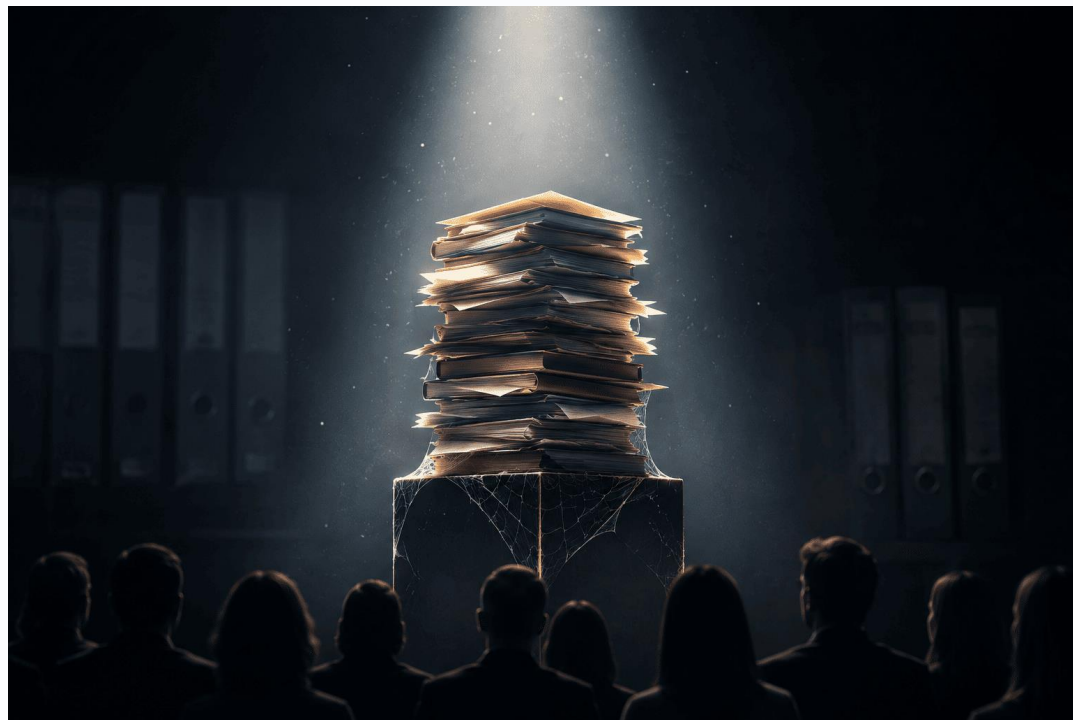
Web difícil de navegar

Artículos aislados

SEO fuera del proceso

Consecuencias de no ser visible

- No llegan lectores/as
- No llegan citas
- No hay impacto real



Publicar sin visibilidad = no existir

La realidad que cambia todo

La calidad científica de un artículo no garantiza que aparezca en los primeros resultados de búsqueda...

¿Qué evalúa Google/LLMS?

No mide calidad científica.
Evalúa **señales técnicas y de contenido**:

- Estructura y arquitectura del sitio web
- Calidad y relevancia del contenido
- Cantidad y autoridad de los enlaces



Si no estás optimizado, no te encuentran

¿Qué es el A-SEO?

Academic SEO

Aplicación de técnicas de Search Engine Optimization a contenidos y publicaciones científicas

Impacto medible

Aumenta lectura, descarga y potencial de citación de los artículos publicados

Visibilidad en buscadores

Objetivo principal: mejorar la posición de revistas y artículos en los resultados de búsqueda

No es marketing

Es visibilidad científica: hacer que la investigación llegue a quienes la necesitan

El punto de partida

Diferencias entre editoriales/revistas

Existe alta variabilidad: algunas editoriales/revistas están posicionadas, pero la mayoría tiene una baja visibilidad...

**Alta visibilidad
(y crecimiento sostenido)**

sciencedirect.com

**Visibilidad media-alta
(y estable)**

nature.com - link.springer.com - onlinelibrary.wiley.com -
academic.oup.com

**Visibilidad intermedia
(con oscilaciones)**

lww.com - journals.sagepub.com - tandfonline.com

**Baja visibilidad
(sostenida)**

brill.com - degruyter.com - emerald.com



El punto de partida

Margen de mejora

La buena noticia: la mayoría de los problemas son solucionables sin grandes recursos

Nuestra propuesta: Directrices A-SEO prácticas



Aplicables

Acciones concretas que cualquier equipo editorial puede implementar



Priorizadas

Organizadas por niveles de impacto para facilitar la toma de decisiones



Realistas

Diseñadas para revistas con recursos limitados, sin necesidad de expertos/as

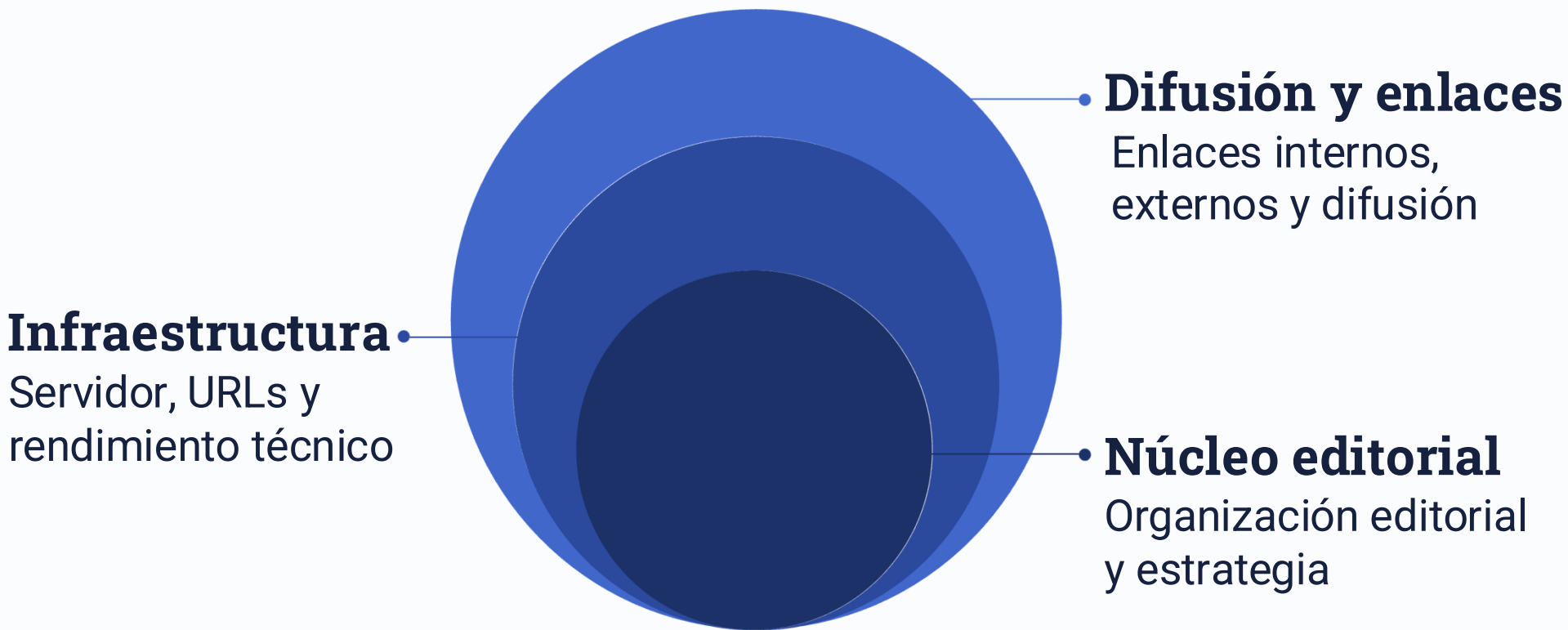


Para equipos editoriales

Pensadas para equipos editoriales, no para desarrolladores/as ni especialistas en SEO

Niveles del A-SEO

Un marco estructurado para optimizar la visibilidad web



Infraestructura web

Problemas frecuentes

- URLs largas y complejas con parámetros incomprensibles
- Arquitectura con demasiados niveles de profundidad
- Contenidos duplicados o accesibles desde múltiples rutas

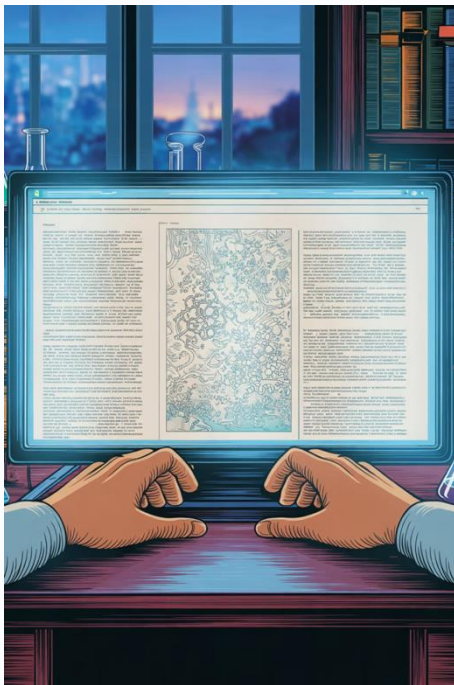
Directrices clave

- Usar **URLs limpias, cortas y estables** que no cambien al actualizar
- Garantizar **acceso** a cualquier artículo en **3 clics o menos** desde la home
- Establecer una **arquitectura clara**: revista → número → artículo



OJS/CMS ya implementa parte de esta estructura. Pero no siempre se configura correctamente o no se aprovecha...

Página de artículo: unidad SEO fundamental



Abstract completo

El abstract es el **contenido principal** que indexa Google y vector semántico principal para LLMs.

Metadatos estructurados

Implementar metadatos **consistentes y completos**: autor, DOI, fecha, ISSN, título, palabras clave...



Cada **artículo** es una **página SEO independiente**. Optimizarla es multiplicar la visibilidad de la revista

Enlaces y difusión externa

El problema

Los artículos viven aislados dentro de la revista y su visibilidad depende casi exclusivamente de la indexación en bases de datos externas...

Enlazado interno

Crear **vínculos** entre **artículos** relacionados (E)

Enlazar números y volúmenes entre sí (E)

Construir una **red** interna de **contenidos** (E)

Difusión externa

Depositar en **repositorios institucionales** y temáticos con enlace al original (A)

Conseguir **enlaces desde webs de calidad** (A/E)

Aprovechar **redes académicas** para generar tráfico (A)



 La **visibilidad** se construye **desde dentro y fuera** de la revista

Organización editorial: el nivel decisivo

→ Integrar A-SEO en las normas de autoría

Solicitar **títulos optimizados**, **abstracts informativos** y **palabras clave relevantes** desde el envío del manuscrito

→ Formación del equipo editorial

El equipo debe **conocer** los **principios del A-SEO** para poder supervisar y mejorar cada publicación

→ Revisión SEO antes de publicar

Incorporar **lista de verificación SEO** como paso final del proceso de edición



✓ El SEO editorial no es técnico: es organizativo

Coste de implementar A-SEO

No todas las mejoras requieren grandes recursos

Coste bajo

- Optimizar títulos
- Mejorar abstracts
- Enlazado interno
- Keywords y metadatos

Coste medio

- Formación básica
- Revisión SEO previa
- Configuración GSC/GA
- Ajustes en workflows

Coste alto

- Desarrollo técnico
- Cambios en OJS
- Plantillas y plugins
- Arquitectura web

Tiempo editorial mínimo

Tiempo + coordinación

Soporte + inversión



Mucho impacto puede lograrse con acciones de bajo coste

¿Qué medir? Indicadores clave de visibilidad

4 Indicadores esenciales

Métricas que toda revista debería monitorizar regularmente

1. **Palabras clave posicionadas**
2. **Tráfico recibido**
3. **Páginas indexadas**
4. **Enlaces externos**



Lo que no se mide, no se mejora. No se necesitan herramientas complejas: Google Search Console, Google Analytics...



**Gracias por su atención.
Quedo a disposición para
preguntas o comentarios**

Publicación parte del
Proyecto PID2022-142569NA-I00
de investigación financiado por:



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



DCA DHA
DPTO. DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
DOCUMENTACIÓN E HISTORIA DEL ARTE

Alejandro Rodríguez
alrod1@upv.es

