

## Propuesta estratégica para aumentar la visibilidad y el posicionamiento de revistas científicas

### Strategic proposal to increase the visibility and positioning of scientific journals

Irianny Medel Duarte<sup>1</sup> ([iriannymd@ult.edu.cu](mailto:iriannymd@ult.edu.cu)) (<https://orcid.org/0000-0001-6487-8670>)

Reynaldo Jiménez Leyva<sup>2</sup> ([reynaldojl@ult.edu.cu](mailto:reynaldojl@ult.edu.cu)) (<https://orcid.org/0000-0002-6090-4242>)

Indira Rodríguez Sosa<sup>3</sup> ([indirars@ult.edu.cu](mailto:indirars@ult.edu.cu)) (<https://orcid.org/0000-0001-7935-3703>)

### Resumen

Las revistas científicas constituyen uno de los principales medios de comunicación científica. El presente artículo ofrece algunas consideraciones sobre estas, haciendo énfasis en sus funciones y la importancia que adquieren como medio de comunicación científica. A partir de la utilización de métodos como el análisis-síntesis, inducción-deducción, revisión de documentos, observación, se abordan la visibilidad y el posicionamiento de forma general, y en particular su valor; se explica su relación directamente proporcional, dado que a medida que una publicación se hace más visible obtiene mayor posicionamiento y viceversa. Se identifican elementos fundamentales para la evaluación de las mismas. Como principal resultado se propone una estrategia para aumentar la visibilidad y el posicionamiento de revistas científicas para su inclusión en bases de datos de alto impacto.

**Palabras clave:** revistas científicas, visibilidad, posicionamiento, evaluación, estrategia.

### Abstract

Scientific journals are one of the main means of scientific communication. This article offers some considerations about them, emphasizing their functions and the importance they acquire as a means of scientific communication. Using methods such as analysis-synthesis, induction-deduction, document review, observation, visibility and positioning are discussed in general, and in particular their value; their directly proportional relationship is explained, since the more visible a publication becomes, the higher its positioning and vice versa. Fundamental elements for their evaluation are identified. As a main result, a strategy is proposed to increase the visibility and positioning of scientific journals for their inclusion in high impact databases.

**Key words:** scientific journals, visibility, positioning, evaluation, strategy.

---

<sup>1</sup> Licenciada en Ciencias de la Información. Profesora Instructora. Universidad de Las Tunas. Cuba.

<sup>2</sup> Licenciado en Comunicación Social. Profesor Instructor. Universidad de Las Tunas. Cuba.

<sup>3</sup> Diseñadora. Universidad de Las Tunas. Cuba.

## Introducción

Las primeras revistas académicas aparecen en la segunda mitad del siglo XVII. Los dos primeros títulos que siempre se citan son: el *Journal des Sçavans* (París, 1665) y *Philosophical Transactions of the Royal Society of London* (Londres, 1665). A partir de ahí sigue una larga lista de títulos publicados, en un primer momento, por sociedades científicas, a las que después se añadieron universidades y agencias gubernamentales y, finalmente, los editores privados (Elsevier, Kluwer, Academic Press), que constituyen desde finales del siglo XIX hasta la actualidad el núcleo fundamental del sistema de la edición científico-técnica.

Las revistas científicas constituyen un instrumento imprescindible para impulsar la difusión social del conocimiento científico y tecnológico. El conocimiento, como acervo de la humanidad, aumenta y se enriquece cuando quienes lo generan publican el resultado de sus investigaciones. En el contexto de la aceleración del conocimiento científico y de la evolución de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs), las revistas científicas se han convertido en emisoras inmediatas del saber científico. Es por esto que deben lograr una adecuada visibilidad para difundir el conocimiento del que son portadoras.

El objetivo de este artículo es proponer una estrategia para aumentar la visibilidad y el posicionamiento de revistas científicas, y así lograr la inclusión en bases de datos de alto impacto. Para ello, a partir del diagnóstico y la matriz DAFO que identifica las Debilidades, Amenazas, Oportunidades y Fortalezas, se determinan los pasos a seguir para el diseño de una estrategia, teniendo en cuenta las premisas y requisitos, así como las acciones que deben llevarse a cabo para perfeccionar las publicaciones.

## Desarrollo

La American Library Association (ALA) define a las revistas científicas como una publicación periódica "... que publica artículos científicos y/o información de actualidad sobre investigación y desarrollo acerca de un campo científico determinado" (CINDOC-CSIC, 2004, p. 5). Al mismo tiempo, las normas ISO (International Standardization Organization) la conceptualizan como publicaciones periódicas, en serie, que contienen información detallada y actualizada sobre temas de desarrollo e investigación de cualquier campo científico, general o técnico (ISO, 2000). De estas definiciones, surge que el objetivo convocante de todas las revistas científicas (en sus distintas tipologías: revistas de información, revistas primarias, revistas de progresos científicos y tecnológicos y revistas de resúmenes) es el de comunicar el resultado de las investigaciones encaradas por personas o equipos que se dedican al quehacer científico.

Con el paso de los años, las revistas científicas se han adaptado continuamente a las necesidades y al contexto de las comunidades científicas, y continúan como el principal medio de difusión científica. Es así como, hoy en día, las aspiraciones en cuanto a visibilidad, reconocimiento y citas de los autores de comunidades científicas, los conducen a orientar todos sus esfuerzos a publicar, sobre todo en las revistas más prestigiosas, internacionales e indexadas (Deroy, 2022). Algunos autores también aluden que en algunos países las revistas (o mejor, sus artículos) hacen parte de repositorios institucionales (digitales), creados como nuevos instrumentos para asegurar el almacenamiento de la producción científica y apoyar su visibilidad y empleo.

Con referencia a lo anterior, Giordanino (2011) agrega que las revistas científicas en la comunicación científica construyen una base colectiva de conocimiento, comunican la información con velocidad y celeridad, validan la calidad de la información, distribuyen recursos y construyen comunidades científicas.

Según se ha visto en el informe del Cindoc-CSIC (2004), si se interpreta la revista científica de acuerdo con las funciones que esta cumple, es posible definirla como ese medio formal y escrito de comunicación que permite:

- Un control/certificación de calidad de los resultados de investigación (que son correctos, exactos y novedosos).
- Un medio de transmisión y difusión pública del conocimiento.
- Un medio para conocer los últimos avances con rapidez.
- Un reconocimiento intelectual para el autor.
- Una protección legal de los derechos de autor.
- Un mecanismo de evaluación de la actividad investigadora.
- Un archivo del conocimiento (si se garantiza su accesibilidad). (p. 4)

Sobre la base de las consideraciones anteriores, una revista científica puede definirse como una publicación periódica que incorpora resultados de procesos de investigación que aportan, impactan y dan valor agregado a la comunidad académica, científica, empresarial y a la sociedad en general, medio primordial y universal de la comunicación científica, tanto en procesos de difusión como de divulgación, que puede incorporar conocimientos técnicos y tecnológicos y abarcar diferentes campos de conocimiento.

Entre las características más notables de una revista científica se encuentran (Ardito, 2017):

- Publica por primera vez y a texto completo los resultados de una investigación.
- Los artículos publicados en la misma deben haber aprobado el proceso de revisión por pares o arbitraje.
- Se publica periódicamente.
- Cumple la periodicidad de su publicación.
- Sigue pautas internacionales para la presentación y publicación de artículos.
- Respeta la ética de todos los involucrados en el proceso de investigación y publicación.

Las revistas científicas constituyen uno de los principales medios de comunicación científica. Tanto los creadores como los consumidores del conocimiento, es decir, los investigadores y los profesionales de cualquier disciplina, apelan a las revistas científicas cuando quieren dar a conocer sus hallazgos, estar informados de los nuevos descubrimientos, o intercambiar experiencias. Los autores recurren a ellas con la convicción de que su propuesta será evaluada justa e imparcialmente por miembros de su comunidad científica. De esta forma, en el proceso de producción científica las revistas se convierten en un instrumento de certificación y validación del conocimiento.

En la actualidad, aun admitiendo el papel sobredimensionado que según los cultivadores del escepticismo científico se otorga en el sistema de ciencia a las revistas, y a indicadores que, como el factor de impacto o las bases de datos se asocian a muchas de ellas, es evidente que las revistas se han convertido en un medio de evaluación que determina el ascenso en la escala profesional y social de los científicos e influye decisivamente en la asignación de recursos económicos para la investigación.

A partir de una compilación exhaustiva entre autores y organizaciones dedicadas a divulgar la ciencia, López y Cordero (2005 citados por Mendoza y Paravic, 2006), exponen las diferentes clasificaciones que actualmente tienen las revistas científicas según la entidad que las edita. Señalan además que los recursos utilizados para la edición pueden ser de tres tipos:

- De primer nivel: cuando son editadas y publicadas por sociedades científicas reconocidas internacionalmente, de costos poco elevados pues cuentan con recursos económicos provenientes de los asociados.
- De segundo nivel: cuando los procesos de edición, publicación y comercialización se realizan a través de grandes compañías transnacionales, lo que además les confiere

prestigio, pero tienen el inconveniente de tener un elevado costo de suscripción y con ello se limita su circulación.

- De tercer nivel: editadas y publicadas por entidades públicas (universidades, hospitales), instituciones que les imprimen los problemas propios de la dependencia administrativa que tienen de ellas (bajos presupuestos de operación, cambios de funcionarios) y que a la larga favorecen la interrupción de su periodicidad, distribución y difusión. (p.58)

Delgado, Ruiz y Jiménez (2006) atribuyen como funciones de las revistas científicas:

- Acumular: La publicación hace posible la existencia de unos depósitos o almacenes públicos donde se irán registrando de forma permanente los resultados científicos para que los investigadores puedan hacer uso de ellos siempre que lo necesiten.
- Filtrar: Como filtro protector que salvaguarda la autoridad y prestigio de la ciencia al tiempo que 'purifica' el flujo de información que los científicos han de tomar en consideración.
- Recompensar: La publicación otorga, tal vez, el valor máspreciado para los investigadores, el prestigio, la reputación, la gloria científica. Y, en la actualidad, no solo eso, ya que está considerada como la palanca básica para el ascenso en la escala profesional y social. (p.67)

A lo que Giordanino (2011) suma que las revistas científicas en la comunicación científica construyen una base colectiva de conocimiento, comunican la información con velocidad y celeridad, validan la calidad de la información, distribuyen recursos y construyen comunidades científicas. Según Ramírez, Martínez y Castellano (2016) dada la importancia de estos medios de comunicación, se recomienda realizar una correcta gestión de los procesos editoriales asociados, que vele por la realización y el desarrollo de direccionamientos estratégicos, y se garantice una adecuada gestión de recursos que genere una sostenibilidad económica, absolutamente necesarios para la permanencia de la revista en los estándares internacionales.

Además se evidencian como un instrumento imprescindible para impulsar la difusión social del conocimiento científico y tecnológico. El conocimiento, como acervo de la humanidad, aumenta y se enriquece cuando quienes lo generan publican el resultado de sus investigaciones. En el contexto de la aceleración del conocimiento científico y de la evolución de las TICs, las revistas científicas se han convertido en emisoras inmediatas del saber científico. Es por esto que deben lograr una adecuada visibilidad para difundir el conocimiento del que son portadoras.

*Visibilidad y posicionamiento de revistas científicas*

La visibilidad de las revistas es una meta continua que se debe perseguir con el fin de ampliar la posibilidad de incidir en las comunidades académicas y la sociedad, lo cual llevará consigo el posicionamiento de la publicación. Ramírez, Martínez y Castellano (2016), afirman que “la importancia de altos niveles de visibilidad radica en la necesidad del desarrollo conjunto de la ciencia a través de la cual se garantice que las personas o instituciones que deben estar al tanto de los adelantos científicos en realidad lo estén” (p.87).

El hecho de que una revista posea alta visibilidad influye en la consulta y el eventual empleo de los trabajos allí publicados, de los resultados de investigaciones que pueden ser útiles o valiosos en los ámbitos científico, académico o social, en el uso del conocimiento no solo como enriquecedor de la ciencia, sino como “motor de desarrollo y como instrumento crítico en el proceso de construcción de sociedad”.

Según Basanta y García (2014), la visibilidad de las revistas científicas puede lograrse a través de estrategias diversas, que van desde las muy tradicionales, hasta el uso de los modernos recursos producto del desarrollo de la informática, como veremos a continuación.

- a) La distribución del material impreso y electrónico (CD): Venta (en librerías y suscripciones), canje con otras publicaciones y donaciones. Los destinatarios de esta estrategia son diversos, entre ellos se encuentran los investigadores, las bibliotecas y centros de investigación donde se trabaja el tema objeto de la revista. La distribución a través de canje y donaciones pasa por la elaboración de un directorio por parte de los editores, lo que constituye un trabajo laborioso y de permanente actualización. La distribución de material impreso tiene la ventaja que permite realizar canje y de este modo obtener con menos costos bajos de transacción, de las publicaciones periódicas de otras instituciones que así lo permitan. A pesar de que cada vez se está haciendo más difícil la distribución física por los costos, las posibilidades de canje demandan esfuerzos en esta estrategia de visibilidad, sobre todo mientras las revistas con las cuales se tiene canje no dispongan de medios de difusión en línea.
- b) El registro de la revista en bases de datos (directorios, catálogos e índices), a través de distintos medios de comunicación, hasta no hace mucho tiempo en materiales impresos, más recientemente mediante versiones electrónicas (CD e Internet, con tendencia al predominio de esta última). (p. 35)

Una característica relacionada con la visibilidad es el posicionamiento, que le brinda a la revista un reconocimiento mayor respecto a otras, cuando el público puede confiar en la calidad y seriedad de la información en ellas contenida, y puede tomarlas como sus principales fuentes de información científica.

El posicionamiento podría entenderse como la visibilidad, calidad y credibilidad sobresalientes de unas revistas sobre otras, ya sea en el conjunto de revistas de su misma disciplina, en su mismo país o región de edición, o incluso en grupos más amplios. El posicionamiento debe ser consecuencia de un historial de calidad, de buenas prácticas editoriales de divulgación y difusión y de una adecuada gestión de la revista, que se traduce en una credibilidad notable por parte de los usuarios del conocimiento científico y en futuras citaciones a sus trabajos. (Ramírez, Martínez y Castellano, 2016, p. 89)

El posicionamiento puede concebirse, según apuntan Stanton (1999) y Kotler (2001, citados por Tejedor, 2010), como el arte de definir la imagen de la empresa, con el objetivo de que ésta ocupe un lugar claro en el mercado meta. De este modo, es posible concebir el posicionamiento como el “lugar mental” que ocupa la concepción de un producto y su imagen, especialmente, en el proceso de comparación del mismo con los productos y/o marcas de sus competidores. El posicionamiento constituye, por tanto, una interesante vía para diferenciar el producto y asociarlo con los atributos deseados por el consumidor.

De acuerdo con lo ya planteado, se considera que el posicionamiento puede definirse como la imagen de un producto en relación con productos que compiten directamente con él y con respecto a otros productos de su mismo tipo. En particular, las revistas científicas, deben crear una imagen favorable en la mente de sus consumidores que son los miembros de determinadas comunidades científicas.

Es evidente entonces que la visibilidad se obtiene proporcionalmente al posicionamiento, aunque en el caso de este último desempeña un papel importante el lector de la revista, o sea, el consumidor hacia quien está dirigido el producto. Para que una revista pueda ser altamente visible y alcance posicionamiento es importante que cumpla con una serie de parámetros de calidad y criterios por los que se rige su evaluación.

### *Evaluación de revistas científicas*

Una de las características fundamentales de la ciencia y la actividad científica es la publicación de sus resultados. El acto de comunicar los resultados del trabajo científico en revistas ha sido y es, una práctica intrínseca a la actividad científica. Como consecuencia, el interés por la evaluación de las revistas de este tipo y el desarrollo de una serie alternativa de métodos de evaluación y herramientas.

La revisión bibliográfica sobre la evaluación de revistas científicas permite identificar elementos fundamentales: evaluación o revisión por pares, estudios bibliométricos

sobre la repercusión de las publicaciones y la determinación del grado de cumplimiento de las normativas de publicación:

- Evaluación o revisión por pares: Es una herramienta usada en la valoración crítica de los manuscritos enviados a las revistas por parte de los expertos, que no forman parte del personal editorial, con el fin de medir su calidad, factibilidad y rigurosidad científica.
- Estudios bibliométricos de producción y repercusión de las publicaciones: Se basa en el análisis de las referencias bibliográficas sobre una publicación. El estudio de la información se analiza mediante la evaluación de las referencias o citas bibliográficas.
- Determinación del grado de cumplimiento de las normativas de publicación: Otro índice de la calidad de una revista es su grado de cumplimiento de la normativa nacional e internacional de publicación.

La evaluación de revistas científicas es un tema que interesa a todos los actores que participan en el circuito de comunicación científica: científicos en su doble vertiente de autores y lectores, editores, bibliotecarios y documentalistas, gestores de bases de datos bibliográficas y finalmente a los responsables de las políticas científicas. Aunque sus propósitos, perspectivas y, por tanto, los criterios que propugnan, pueden ser distintos, en esencia resultan coincidentes en lo que se refiere a una serie de parámetros que se vienen utilizando tradicionalmente para evaluar las revistas.

La evaluación de las revistas científicas se ha convertido hoy en una necesidad reclamada desde distintos sectores y perspectivas, no solo científicos, sino también sociales, políticos o económicos. De hecho, es un tema que ha generado una abundante literatura. Los diferentes criterios establecidos por distintos países permiten evaluarlas mediante una serie de parámetros para determinar su indexación en disímiles bases de datos (Scopus, Scielo, Wos Science).

### *Estrategia para incrementar la visibilidad y el posicionamiento de revistas científicas*

Para el desarrollo de una estrategia se debe tener en cuenta una serie de elementos o pasos a seguir para: primeramente, determinar la situación de la revista a partir del diagnóstico y la aplicación de la matriz DAFO; y segundo, que a partir de los resultados obtenidos se deben trazar acciones encaminadas a elevar la visibilidad y posicionamiento de las revistas.

Pasos:

1. **Caracterización:** se caracteriza la revista, teniendo en cuenta su misión y visión.
2. **Diagnóstico:** Para diagnosticar la situación actual de la revista se realiza un análisis interno y externo.

En el análisis interno se realiza una valoración del cumplimiento de estándares de publicación. Además, se ejecuta un estudio métrico donde se establecen como indicadores para analizar el comportamiento de la producción científica: productividad por año, productividad autorial, productividad temática, productividad idiomática, productividad institucional y colaboración autorial.

En el análisis situacional externo se evidencia la inclusión de las publicaciones en las bases de datos de corriente principal, por ejemplo en Scielo.

3. **Matriz DAFO:** que identifica las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades que afrontan las mismas.

La estrategia cuenta también con premisas y requisitos que deben cumplirse para lograr que funcione adecuadamente y cumpla con su objetivo general. Las mismas se exponen a continuación, así como la etapa o período en el cual debe ponerse en práctica la estrategia y las acciones planificadas.

#### Premisas:

- Definir como una prioridad del Consejo editorial el alcance de visibilidad e impacto por parte de la publicación.
- Adquirir y emplear tecnologías informáticas que respondan a las necesidades editoriales y sean sustentables a un costo razonable.

#### Requisitos:

- Alta conectividad a Internet.
- Soporte tecnológico adecuado para la edición de la revista.
- Comprensión de la importancia de utilizar y citar artículos de la revista por parte de autores que investigan sobre temáticas relacionadas.

**Objetivo:** Perfeccionar la visibilidad y posicionamiento de las revistas científicas.

#### Etapa de aplicación:

Se debe aplicar la estrategia en un período de 3 a 6 años para que las acciones comiencen a dar resultados y puedan ser evaluadas. No obstante, todas las acciones

deben desarrollarse continuamente para lograr no solo el alcance de la visibilidad y posicionamiento sino su sostenimiento a largo plazo.

Acciones estratégicas:

1. Revisión sistemática de los criterios que establecen las bases de datos para su cumplimiento.

Actividades:

- Revisar regularmente los criterios establecidos por bases de datos donde aún no está incluida la revista.
  - Examinar periódicamente los criterios de permanencia establecidos por las bases de datos donde ya está incluida la revista.
2. Incorporación de editores al Consejo editorial para garantizar la diversidad geográfica.

Actividades:

- Establecer contactos con editores de literatura científica de otros países para interesarlos en la publicación, y lograr que al menos uno acepte trabajar con la edición de forma presencial o virtual. Utilizar para ello todas las vías posibles de comunicación.
3. Utilización de Open Journal Systems (OJS) para posibilitar la disponibilidad de las revistas en acceso abierto.

Actividades:

- Establecer relaciones que posibiliten los medios necesarios para el acceso abierto.
- Gestionar la inclusión de la revista en DOAJ (Directory of Open Access Journals). Este directorio de revistas de acceso abierto es considerado el más importante a nivel internacional.
- 4. Capacitación de los autores que investigan temas relacionados con las revistas sobre las posibilidades que ofrece como bibliografía para su labor investigativa.

Actividades:

- Desarrollar actividades científico-metodológicas acerca del valor de la revista para la docencia y la investigación.

- Realizar conferencias sobre la importancia de la revista donde se destaquen las ventajas que ofrece para investigar determinados temas.
  - Efectuar reuniones con autores que publican en revistas de corriente principal sobre la importancia de utilizar la revista como bibliografía.
5. Promoción del uso y citación de la revista por autores de otras instituciones.

#### Actividades:

- Establecer comunicación con investigadores de otras universidades y de otras instituciones para despertar su interés por la publicación.
  - Instituir relaciones colaborativas con los consejos editoriales de otras revistas para que contribuyan a fomentar el de estas.
6. Gestión de vías para optimizar la conectividad a Internet.

#### Actividades:

- Solicitar la disposición del mayor ancho de banda posible para lograr una mejor conexión a Internet.
- Conseguir donaciones de herramientas tecnológicas que mejoren la conexión a Internet o financiamiento para su adquisición, a través de proyectos de cooperación relacionados con las tecnologías de la información y las comunicaciones.

### Conclusiones

Las revistas científicas representan el principal medio de difusión científica, lo que las convierte en un instrumento de certificación y validación del conocimiento. Su visibilidad puede ser definida como la posibilidad que tienen los usuarios potenciales, en cualquier parte del mundo, de encontrar la información contenida en ella.

El posicionamiento podría entenderse como la visibilidad, calidad y credibilidad sobresalientes de unas revistas sobre otras, ya sea en el conjunto de revistas de una misma disciplina, un mismo país o región de edición, o incluso en grupos más amplios.

El cumplimiento de diferentes criterios de evaluación permite que las publicaciones sean indexadas en bases de datos nacionales, internacionales, o especializadas en temáticas, y otros tipos de repositorios. Mientras más criterios cumplan revistas científicas, y sean registradas en más bases de datos, mayores son las posibilidades de poder ingresar en sistemas internacionales y multidisciplinarios como WoS y Scopus, que conceden mayor visibilidad y posicionamiento.

### Referencias

- Ardito, F. (2017). Publicación científica: objetivos y características. Universidad Peruana Cayetano Heredia. Perú. <https://silo.tips/download/publicacion-cientifica-objetivos-y-caracteristicas>
- Basanta, Y. y García, J. (2014). Estrategia de visibilidad para Ediciones Universidad de Camagüey. [Tesis de grado no publicada, Universidad de Camaguey "Ignacio Agramonte Loynaz"]
- CINDOC-CSIC (2004). Revistas científicas electrónicas: estado del arte. [https://digital.csic.es/bitstream/10261/8961/1/e-revistas\\_informe.pdf](https://digital.csic.es/bitstream/10261/8961/1/e-revistas_informe.pdf)
- Deroy, D. (2022). Las revistas científicas y su rol en la difusión del conocimiento científico. Revista Cubana de Educación Superior, 41(1 especial). <https://revistas.uh.cu/rces/article/view/2652>
- Delgado, E., Ruiz, R. y Jiménez, E. (2006). La edición de revistas científicas: directrices, criterios y modelos de evaluación. Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología. <https://www.fecyt.es/es/publicación/la-edicion-de-revistas-cientificas-directrices-criterios-y-modelos-de-evaluacion>
- Giordanino, E. (2011). Las revistas científicas: estructura y normalización, 2 de 4: estructura de los artículos. Acuerdo de Bibliotecas Universitarias de Córdoba (ABUC), Córdoba. <https://www.aacademica.org/egiordanino/16.pdf>
- International Organization for Standardization [IOS] (2000). Sistema de gestión de la calidad. ISO 9000-2000. Conceptos y vocabulario. Ginebra, Suiza. <https://gestiondecadidadmpn.files.wordpress.com/2012/02/iso-9000-2000-sistemas-de-gestic3b3n-de-la-calidad-conceptos-y-vocabulario.pdf>
- Mendoza, S. y Paravic, T. (2006). Origen, clasificación y desafíos de las revistas científicas. Investigación y Postgrado, 21(1), 49-75. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65821103>
- Ramírez, D. C., Martínez, L. C. y Castellanos, O. F. (2016). Divulgación y difusión del conocimiento: las revistas científicas. Bogotá, Colombia. 2. a edición.
- Tejedor, S. (2010). La web 2.0: Herramienta de marketing y posicionamiento de los cybermedios iberoamericanos. Universidad Autónoma de Barcelona. España. Cuadernos de Información, (27), 15-24. <http://cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/19/15>

Conflicto de intereses: Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

Contribución de los autores: Los autores participaron en la búsqueda y análisis de la información para el artículo, así como en su diseño y redacción