



Construcción de la visibilidad científica y la identidad académica en el siglo XXI

Constructing scientific visibility and academic identity in the 21st century

Gustavo Antonio Huerta-Patraca  0000-0001-5168-974X

Universidad Veracruzana, México | gushuerta@uv.mx

Autor de correspondencia

Carlos Torres-Real  0000-0003-3500-7803

Universidad Popular Autónoma de Veracruz, México | ctoresreal2@gmail.com

► Recibido: 6 de febrero de 2026

► Aceptado: 9 de abril de 2026

Resumen. El objetivo de la investigación fue analizar los beneficios de la construcción de la visibilidad científica y la identidad académica digital para los investigadores de nivel superior. Para ello, se realizó una revisión sistemática bajo la declaración PRISMA (periodo 2020-2025) en Google Académico, Redalyc, Dialnet, SciELO y MDPI. Tras aplicar operadores booleanos a descriptores clave y criterios de exclusión, una búsqueda inicial de 145 documentos se cribó rigurosamente hasta consolidar una muestra de 39 artículos incluidos para el análisis documental. Se concluye que en un mercado laboral académico saturado, la visibilidad digital actúa como un diferenciador que valida la relevancia del investigador más allá de su círculo inmediato. En una era caracterizada por la desinformación y las noticias falsas, los académicos tienen el deber ético y la responsabilidad social de ocupar los espacios digitales. [Versión en lengua de señas mexicana](#)

Palabras clave: difusión científica, divulgación científica, investigación, investigación científica, investigadores.

Abstract. The aim of this research was to analyze the benefits of constructing scientific visibility and a digital academic identity for senior researchers. To this end, a systematic literature review was

conducted in accordance with the PRISMA statement (covering the 2020–2025 period) across Google Scholar, Redalyc, Dialnet, SciELO, and MDPI. Following the application of Boolean operators to key descriptors and strict exclusion criteria, an initial retrieval of 145 documents was rigorously screened, yielding a final sample of 39 articles selected for documentary analysis. The study concludes that, in a saturated academic job market, digital visibility serves as a key differentiator that validates a researcher's relevance beyond their immediate professional circle. Furthermore, in an era characterized by disinformation and fake news, academics bear an ethical duty and a social responsibility to actively engage in digital spaces.

Keywords: scientific dissemination, scientific outreach, research, scientific research, researchers.

Introducción

La comunicación científica contemporánea atraviesa una transformación estructural sin precedentes, marcada por el desplazamiento de los soportes físicos y la linealidad editorial hacia ecosistemas digitales reticulares, dinámicos y gobernados, principalmente, por la inteligencia artificial. Este fenómeno, que algunos teóricos denominan la transición de la era Gutenberg a la era del algoritmo, no representa meramente un cambio en los canales de distribución, sino una reconfiguración ontológica de la práctica académica (Martin, 2019).

Si la imprenta de tipos móviles del siglo XV liberó al conocimiento del confinamiento monástico, la inteligencia artificial y los algoritmos del siglo XXI aceleran el análisis y la diseminación de ideas, expandiendo las fronteras epistemológicas a una velocidad que desafía las capacidades cognitivas humanas tradicionales (Trejo Lorenzana et al., 2025). El periodo comprendido entre 2012 y 2025 ha sido testigo de una evolución acelerada en la publicación de investigaciones. Lo que comenzó como una digitalización de procesos editoriales ha culminado en flujos de trabajo impulsados por IA, donde la transparencia, la inclusión y la velocidad son imperativos categóricos.

La pandemia de COVID-19 actuó como un catalizador histórico en este proceso, legitimando los *preprints* y demostrando que la inmediatez en la comunicación científica es un componente vital para la relevancia social y la toma de decisiones basada en evidencia (Martin, 2019). En este nuevo escenario, el adagio clásico de publicar o perecer (*publish or perish*) ha mutado hacia un imperativo más complejo: ser visible o ser irrelevante, idea que pone el foco no solamente en la necesidad de publicar los resultados de las investigaciones, sino que esos hallazgos sean leídos y citados en nuevas investigaciones.

Partiendo de lo anterior, el objetivo de la investigación fue analizar los beneficios de la construcción de la visibilidad científica y la identidad académica digital para los investigadores de nivel superior. De esta forma, se abordan los mecanismos, estrategias y dilemas éticos inherentes, así como las principales plataformas de difusión científica, las tensiones entre la bibliometría tradicional y las nuevas métricas, y las técnicas de comunicación necesarias para sobrevivir a la infoxicación.

Método

Se desarrolló una revisión sistemática de la literatura siguiendo las directrices de la declaración PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). El estudio adoptó un enfoque cualitativo-retrospectivo mediante análisis documental, orientado a examinar los mecanismos, estrategias, dilemas éticos y plataformas vinculadas a la visibilidad científica y la identidad académica digital en investigadores de educación superior, así como las tensiones métricas y los procesos de comunicación frente a la infoxicación.

La consulta de la literatura científica se llevó a cabo durante diciembre de 2025 en las bases de datos bibliográficas Google Académico, Redalyc, Dialnet y SciELO, complementada con una búsqueda dirigida en el repositorio digital de la editorial multidisciplinar MDPI. Adicionalmente, se aplicó la técnica de búsqueda inversa o *citation chasing*, examinando las listas de referencias de los artículos recuperados para identificar literatura relevante no capturada por los algoritmos iniciales.

La ventana temporal de selección se delimitó entre los años 2020 y 2025. La estrategia de búsqueda se estructuró mediante la combinación de descriptores clave y operadores booleanos (AND / OR), adaptados a las sintaxis de cada plataforma: “difusión científica” OR “divulgación científica” OR “visibilidad científica” OR “comunicación científica” OR “narrativa científica” AND “identidad digital” OR “identidad académica”.

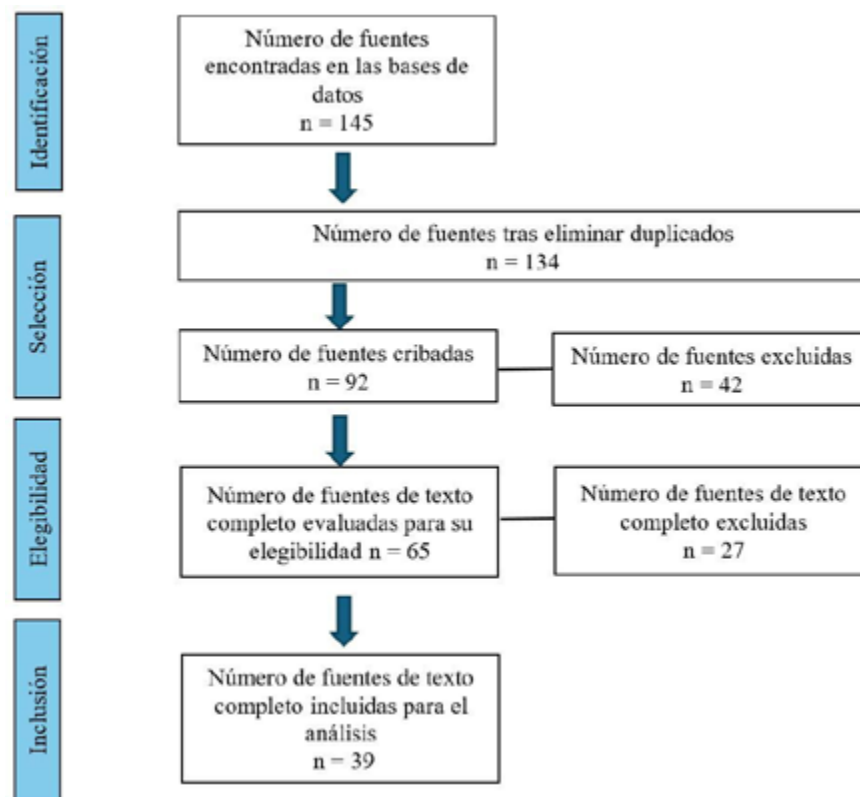
Los criterios de inclusión establecidos fueron: a) artículos científicos originales revisados por pares y capítulos de libros de investigación; b) aportaciones publicadas en los idiomas español, inglés y portugués; c) pertinencia temática directa con el análisis de la identidad digital del investigador y estrategias de afrontamiento ante la infoxicación académica. Se excluyeron editoriales, reseñas de libros, literatura gris y aquellos estudios cuyo foco exclusivo fuera la identidad docente en el aula sin vinculación con la producción o visibilidad científica.

El proceso de cribado se ejecutó en tres etapas secuenciales. En la fase inicial de *identificación*, se localizaron un total de 145 documentos procedentes de las búsquedas

en las bases de datos y el rastreo de referencias. En la fase de *selección* (cribado), tras la exportación a un gestor bibliográfico, se eliminaron los registros duplicados y se evaluaron los títulos y resúmenes bajo los criterios de exclusión, resultando en la preselección de 65 documentos.

Finalmente, en la fase de *elegibilidad*, se procedió a la lectura a texto completo de las contribuciones restantes; tras descartar 27 documentos por no responder con especificidad a las variables del objetivo (tensiones bibliométricas o dilemas éticos particulares). Además, se fijó una muestra definitiva de 39 documentos incluidos para la extracción de datos y síntesis analítica (Figura 1).

Figura 1. Diagrama de flujo de la metodología PRISMA 2020



Fuente: Elaboración propia con base en Page et al. (2021).

Desarrollo

I. Evolución de la comunicación científica

Difusión vs. divulgación

Históricamente se establecía una dicotomía clara, la difusión es la comunicación entre pares (*peer-to-peer*), caracterizada por un lenguaje técnico, alto rigor y canales especializados como *journals* y congresos. Su objetivo es validar y expandir el conocimiento dentro de la comunidad epistémica. En cambio, la divulgación es la comunicación hacia el público general, caracterizada por la simplificación, la metáfora y el uso de medios masivos. Su objetivo tradicional era alfabetizar a una sociedad supuestamente ignorante (Herrera-López, 2024).

Sin embargo, en la era digital, esta distinción se difumina. Un hilo de Twitter/X puede ser leído simultáneamente por un premio Nobel y por un estudiante de secundaria. Los blogs académicos actúan como híbridos que traducen el conocimiento complejo (*knowledge translation*) para audiencias mixtas de formuladores de políticas, practicantes y colegas de otras disciplinas (Stevenson et al., 2025).

Paradigma del public engagement with science (PES) o compromiso público con la ciencia

El modelo de déficit (que asumía que el público carecía de conocimientos, por lo que los científicos debían depositarlos en ellos) ha demostrado ser insuficiente y, a menudo, contraproducente. Ha sido reemplazado progresivamente por el modelo de compromiso público con la ciencia (PES, por sus siglas en inglés), que propone una relación bidireccional y dialógica.

Este cambio implica una democratización de la ciencia. Instituciones de vanguardia fomentan foros donde los ciudadanos no son meros receptores pasivos, sino participantes activos que deliberan sobre las implicaciones éticas y sociales de la tecnología. El PES busca que la interacción eduque a los no científicos sobre los descubrimientos, pero también que informe a la comunidad investigadora en lo relativo a los valores, preocupaciones y necesidades de la sociedad. La visibilidad científica, bajo este prisma, no es solo hacerse ver, sino hacerse útil y estar disponible para el diálogo social (Potochnik y Jacquart, 2025).

II. Impacto del acceso abierto en la visibilidad global

Ventaja de citación del acceso abierto (Open Access Citation Advantage [OACA])

La literatura reciente confirma de manera contundente la existencia de una OACA. Liberar el conocimiento de las barreras de pago no solo es un imperativo ético, sino una estrategia pragmática de impacto. Un ensayo controlado aleatorizado demostró que la promoción de

artículos en plataformas abiertas aumentó las tasas de citación en un 28 % tras 36 meses, en comparación con un grupo de control (Kudlow et al., 2021).

Respecto al área de educación, un análisis bibliométrico de 1470 revistas de educación indexadas en Scopus entre 2020 y 2023 encontró que, si bien la ventaja de citación “pura” (número total de citas académicas) es variable, existe una asociación robusta entre el acceso abierto y la diversidad de fuentes de citación (Ferreira et al., 2025). Por lo que los artículos de educación en acceso abierto son citados por un abanico más amplio de instituciones y países.

En el subcampo de la tecnología educativa (EdTech), la bibliometría muestra un comportamiento acelerado. Un estudio sobre publicaciones en entornos educativos digitales revela que los temas de tendencia (como IA en educación o realidad virtual) se benefician enormemente del acceso abierto debido a la necesidad de la comunidad de acceder a los últimos hallazgos sin demora. Aquí, la ventaja de citación se manifiesta tempranamente (*early view effect*), acumulando citas en los primeros 12-18 meses pospublicación, un ritmo mucho más rápido que en la teoría educativa general (Ioseliani et al., 2023).

III. Niveles de indexación y clasificación de revistas

La elección del vehículo de publicación determina el techo de cristal de la visibilidad potencial. Los sistemas de indexación funcionan como filtros de calidad y prestigio que organizan la ciencia global. Comprender la diferencia entre los índices JCR y SJR y el sistema de cuartiles es vital para la estrategia de publicación.

Índices hegemónicos: JCR vs. SJR

Existen dos grandes bases de datos que dominan la evaluación científica global, siendo estos el Journal Citation Reports (JCR) y el SCImago Journal Rank (SJR). Aunque miden conceptos similares, sus metodologías difieren, afectando el posicionamiento de las revistas. A continuación, se explican las características de cada base de datos (Tabla 1).

Tabla 1. Características del JCR y SJR

Características	Journal Citation Reports (JCR)	SCImago Journal Rank (SJR)
Proveedor	Clarivate Analytics (Web of Science).	Elsevier (Scopus).
Acceso	Herramienta de pago (Suscripción institucional requerida).	Acceso gratuito y abierto (SCImago Portal).
Cobertura	Históricamente más selectiva, centrada en ciencias duras y anglosajonas.	Más amplia e inclusiva, con mayor cobertura de revistas regionales y de ciencias sociales.
Ventana de citación	2 años. Mide la inmediatez del impacto. (citas en el año X a artículos de X-1 y X-2).	3 años. Captura un impacto más sostenido, beneficiando a áreas de citación lenta.
Peso de la cita	Igualitario. Una cita de una revista top vale lo mismo que una de una revista menor.	Ponderado. Basado en el algoritmo PageRank (Google). Una cita proveniente de una revista prestigiosa transfiere más valor (prestigio).
Métrica principal	Journal Impact Factor (JIF).	SCImago Journal Rank (SJR).

Fuente: Elaboración propia con base en Sanmarco et al. (2019).

Sistema de cuartiles (Q1-Q4)

Para hacer comparables revistas de diferentes disciplinas (donde los hábitos de citación varían drásticamente), los *rankings* dividen las revistas de cada categoría temática en cuatro grupos iguales o cuartiles, ordenados de mayor a menor impacto. En el caso del Q1 (primer cuartil-top 25 %) son las revistas que marcan la tendencia en su campo. Publicar en una revista Q1 garantiza la máxima exposición, prestigio y reconocimiento en evaluaciones de agencias nacionales de investigación (ANECA, Secihti, CNEAI, entre otras).

El Q2 (segundo cuartil-25 % al 50 %) son las revistas de alta calidad y visibilidad internacional. Son excelentes vehículos de difusión, a menudo con tasas de rechazo ligeramente menores que las Q1, pero con audiencias muy consolidadas. Respecto al Q3 (tercer cuartil-50 % al 75 %), son las revistas importantes para nichos específicos o comunidades científicas regionales/nacionales en proceso de internacionalización. Su tráfico de citas global es moderado.

Por último, el Q4 (cuarto cuartil-75 % al 100 %) son las revistas con el menor factor de impacto dentro de la base de datos. Pueden ser revistas recién indizadas o muy especializadas. Aunque su impacto métrico es bajo, estar indizadas ya implica un sello de calidad superior a las revistas no indizadas. Un investigador que busca maximizar su identidad académica debe apuntar a publicar consistentemente en revistas Q1 y Q2, ya que estas actúan como amplificadores naturales de la visibilidad (Marín Velásquez y Arriojas, 2021).

IV. Tipología documental

Artículo de revista científica (journal article)

El artículo constituye la unidad atómica de la ciencia moderna. Es el formato principal para la comunicación de hallazgos originales debido a su rigurosidad, velocidad de publicación relativa y alto impacto en índices de citación. Sus características fundamentales son: se rige por la revisión por pares (*peer review*) y suele estructurarse bajo el formato IMRyD (introducción, método, resultados y discusión). Su objetivo es la validación y registro del conocimiento nuevo.

Por su estructura y tipo de abordaje existen tres subtipos de artículos. El artículo de investigación original es el que presenta datos empíricos inéditos; es la base para la evaluación académica y su difusión debe enfocarse en resaltar la novedad metodológica o el hallazgo principal. Por otro lado, el artículo de revisión (*review*) analiza y sintetiza el estado del arte de un tema; estos documentos suelen recibir un número significativamente mayor de citas que los artículos originales, pues sirven de punto de entrada para otros investigadores y son estratégicos para consolidar la autoridad de un autor en un campo específico. Por último, el artículo corto, que son comunicaciones breves para resultados preliminares urgentes; útiles para marcar territorio en campos competitivos (Guzmán y Gelvez, 2023).

Libros y capítulos de libro

Mientras el artículo domina en las ciencias naturales, el libro mantiene su hegemonía en las ciencias sociales y humanidades como vehículo para el desarrollo teórico profundo. El libro científico es la obra extensa que permite un tratamiento integral de un tema. A diferencia del artículo, su ciclo de citación es más lento, pero su vida útil (vida media de la cita) es considerablemente más larga.

En cambio, el capítulo de libro es una contribución específica dentro de una obra editada. Históricamente, los capítulos de libro han sufrido de menor visibilidad que los artículos, ya que muchas bases de datos no los indexaban por capítulo. Sin embargo, su

valor pedagógico y sintético es alto. La tendencia actual es asignarles un DOI (*Digital Object Identifier* o identificador de objeto digital) individual para mejorar su rastreabilidad. En este sentido, el capítulo tiene mayor libertad estilística y menor rigidez estructural que el artículo. Suelen estar dirigidos a una audiencia más amplia que incluye estudiantes y profesionales, no solo especialistas ultraspecíficos (Paz Enrique y Hernández Alfonso, 2019).

Ponencias y actas de congresos (conference proceedings)

Son esenciales para la comunicación en tiempo real y el *networking*. En disciplinas como la Ingeniería y las Ciencias de la Computación, las actas de congresos de prestigio (e.g., IEEE, ACM) tienen un valor curricular equiparable o superior a las revistas. Permiten presentar resultados preliminares y recibir crítica constructiva antes de la publicación final. Facilitan la identificación de colaboradores.

Para que una ponencia tenga impacto real debe publicarse en actas indexadas en bases de datos como Scopus o Web of Science (*Conference Proceedings Citation Index*). Esto garantiza que el trabajo sea recuperable globalmente y no se convierta en literatura gris efímera. La publicación en actas ofrece una vía rápida de diseminación (meses en lugar de años) (Pérez Díaz et al., 2019).

Tesis doctorales y de maestría

Tradicionalmente consideradas como literatura gris de difícil acceso, las tesis han vivido una revolución gracias a los repositorios digitales. El depósito obligatorio de tesis en repositorios institucionales ha incrementado exponencialmente su visibilidad. Una tesis bien indexada puede recibir miles de descargas, sirviendo como carta de presentación detallada del investigador novel.

Es la demostración de capacidad investigativa más completa; por lo tanto, se recomienda derivar artículos de investigación a partir de los capítulos de la tesis para maximizar la citación, manteniendo la tesis completa disponible en el repositorio para consulta profunda (Paz Enrique y Hernández Alfonso, 2024).

V. Arquitectura de la identidad digital académica

Anclaje de confianza: Correos institucionales (.edu /.ac)

El correo electrónico institucional es mucho más que una herramienta de mensajería; actúa como un *token* de identidad y legitimidad. Redes como ResearchGate utilizan el dominio del correo institucional para validar automáticamente la afiliación del investigador, otorgando

insignias de verificación que incrementan la confianza de la comunidad en el perfil (Huerta Patraca et al., 2022).

Sin embargo, aunque los correos comerciales (Gmail, Outlook) ofrecen portabilidad, los editores de revistas suelen percibir los correos institucionales como más fiables. El uso de correos genéricos puede, en ocasiones, levantar sospechas iniciales sobre la legitimidad de la sumisión, especialmente en un contexto de fraude académico creciente (Badilla Marín, 2024). Por lo tanto, se recomienda vincular ambos correos (institucional y personal) en las plataformas para asegurar tanto la verificación oficial como el acceso a largo plazo en caso de cambio de empleo (Huerta Patraca et al., 2022).

Estándar global de desambiguación: ORCID

ORCID (*Open Researcher and Contributor ID*) se ha consolidado como la infraestructura esencial para la identidad académica. Esta proporciona un identificador único de 16 dígitos que conecta al investigador con su producción científica de manera inequívoca, resolviendo problemas de homonimia y cambios de nombre.

Agencias federales en Estados Unidos (como NIH y NSF) y organismos internacionales están comenzando a exigir ORCID para la gestión de subvenciones, convirtiéndolo en un requisito administrativo ineludible. En un ecosistema plagado de revistas depredadoras y robo de identidad, un perfil ORCID completo, verificado y vinculado a sistemas institucionales actúa como un currículum vivo que certifica la autenticidad de la trayectoria del investigador (Cañedo Andalia et al., 2015).

Perfiles en bases de datos bibliométricas: Scopus y WoS

La gestión de los perfiles en Scopus y Web of Science (ResearcherID) es crítica porque estas bases de datos alimentan los *rankings* universitarios y las evaluaciones nacionales de investigación. Es responsabilidad del investigador verificar periódicamente que sus publicaciones estén correctamente atribuidas en estos perfiles. Errores en la afiliación o la fragmentación del perfil (tener múltiples ID para una misma persona) diluyen el Índice H y reducen la visibilidad métrica (Ares-Blanco et al., 2023). Un perfil correcto y sin ambigüedades en Scopus/WoS no solo beneficia al académico, sino que asegura que la producción de la universidad sea contabilizada correctamente en los *rankings* globales, creando un círculo virtuoso de prestigio (Cañedo Andalia et al., 2015).

VI. Ecosistema de plataformas

Google Scholar: el hegemon de la búsqueda académica

Google Scholar es el motor de búsqueda más influyente para la visibilidad académica. Su algoritmo de clasificación ha sido objeto de ingeniería inversa, revelando factores críticos para el SEO (*Search Engine Optimization*) académico. Respecto al recuento de citas, es el factor de mayor peso. Los artículos más citados aparecen primero, así crea una inercia de visibilidad.

Asimismo, la coincidencia entre la búsqueda del usuario y el título del artículo es fundamental. Los títulos deben ser descriptivos y contener los términos técnicos precisos. El algoritmo favorece los resultados que tienen versiones en PDF accesibles (ya sea en repositorios institucionales o redes académicas), aumentando su probabilidad de ser leídos y citados.

Por lo tanto, se recomienda crear un perfil público en Google Scholar debido a que es la acción de menor esfuerzo y mayor retorno para la visibilidad, agregar los artículos y documentos académicos publicados. Permite el rastreo automático de citas y asegura que el trabajo sea indexado correctamente (Franco Pérez, 2023).

Redes sociales académicas: ResearchGate y Academia.edu

Estas plataformas funcionan como redes sociales verticales, facilitando la interacción directa, ResearchGate se centra en la colaboración y la resolución de preguntas, su métrica, el Research Interest Score (RIS) (que reemplazó al RG Score), ofrece una visión más holística que las citas puras, ponderando lecturas, recomendaciones y citas completas. Esto permite medir el impacto en tiempo real antes de que se acumulen citas formales.

En el caso de Academia.edu es extremadamente eficaz para el SEO de nombres (aparece muy alto en búsquedas de Google). Sin embargo, su naturaleza comercial con un modelo de negocio agresivo (cobrar por métricas avanzadas y recomendaciones) ha generado críticas sobre la mercantilización de los datos académicos.

Mientras ResearchGate tiende a ser más utilizado para la discusión científica interna y el acceso a textos, Academia.edu funciona eficazmente como un escaparate de visibilidad externa. Ambas plataformas plantean desafíos de derechos de autor que el investigador debe gestionar, prefiriendo subir *preprints* o versiones de autor permitidas (Teixeira da Silva, 2025).

Integración editorial: SciProfiles y Loop

Desarrollada por MDPI, SciProfiles representa una nueva generación de plataformas integradas con el flujo editorial. A diferencia de las redes generales, SciProfiles destaca no solo la autoría, sino también los roles de servicio académico (revisor, editor, organizador de conferencias). Su sistema de *News Feed* personalizado y algoritmos de recomendación mejoran la descubribilidad activa dentro de una red de publicación masiva, recompensando la participación integral en el proceso científico (Mondal y Mondal, 2022).

Por otro lado, Loop, desarrollada por Frontiers Media SA, representa una red de investigación abierta integrada con los flujos editoriales contemporáneos. A diferencia de las redes generales o repositorios estáticos, no depende de la búsqueda activa del usuario, sino que inserta dinámicamente perfiles interactivos directamente dentro del contexto de lectura de cada manuscrito publicado o evaluado. Esta arquitectura de distribución cruzada funciona como un filtro de curaduría semántica frente al fenómeno de la infoxicación, mejorando el descubrimiento focalizado en nichos específicos del conocimiento y recompensando la participación del investigador en múltiples etapas del proceso científico (Mondal y Mondal, 2022; Oblitas-Guerrero y Sanntamaría-Oblitas, 2024).

Canales de narrativa y branding: Blogs y LinkedIn

Los blogs académicos son herramientas poderosas para la divulgación del conocimiento. Permiten al investigador controlar la narrativa de su trabajo, explicar matices que no caben en un *paper* y conectar con audiencias interdisciplinarias. Los blogs facilitan el *networking* y pueden servir como prueba de impacto social para evaluaciones de titularidad (Stevenson et al., 2025).

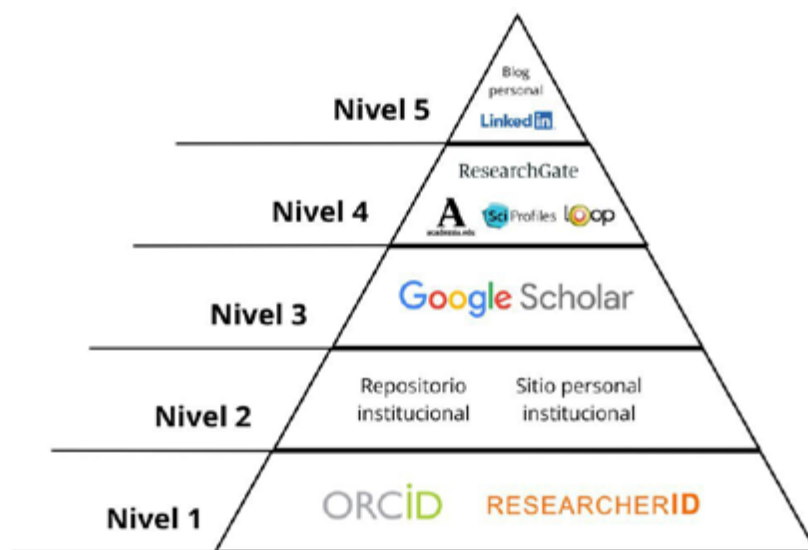
Por otro lado, LinkedIn ya no es solo una bolsa de trabajo, es la interfaz principal entre la academia, la industria y los medios. Un perfil optimizado (foto profesional, titular con palabras clave específicas de la especialidad, sección de publicaciones actualizada) incrementa exponencialmente la probabilidad de ser contactado para consultorías, colaboraciones industriales y entrevistas mediáticas (Ramírez Domínguez y Orjuela Cifuentes, 2024).

VII. Pirámide de la visibilidad científica: plataformas y estrategias de difusión

Para gestionar eficazmente la identidad digital, se propone un modelo organizativo denominado pirámide de la visibilidad científica. Esta estructura jerarquiza las plataformas no por importancia, sino por su función en el ciclo de vida de la información: desde la identificación

unívoca (base) hasta la divulgación social masiva (cúspide), considerando que se trata de ampliar la consulta, lectura y citación de documentos publicados, además de potenciar la figura del investigador con un perfil académico que lo proyecte como líder en un campo o temática específica (Figura 2).

Figura 2. Pirámide de la visibilidad científica



Fuente: Elaboración propia.

Nivel 1 (Base): Identidad e Interoperabilidad (los cimientos)

Sin una identificación clara, la visibilidad es imposible. Este nivel resuelve el problema de la ambigüedad de nombres y la fragmentación de la autoría. Se incluye el ORCID (Open Researcher and Contributor ID) y el ResearcherID (*Web of Science Researcher Profile*).

ORCID (*Open Researcher and Contributor ID*): Es obligatorio mantener el ORCID actualizado. Un perfil vacío es una oportunidad perdida. Debe incluirse en la firma de correos, presentaciones y perfiles sociales. Permite establecer la forma preferida del nombre (firma científica), evitando que la producción se disperse bajo variantes (e.g., "J. Pérez", "Juan Pérez-García") (Cañedo Andalia et al., 2015).

ResearcherID (*Web of Science Researcher Profile*): Es crucial para autores que publican en revistas indexadas en JCR. Proporciona métricas verificadas de citas dentro de la *Core Collection de WoS*. A diferencia de otros perfiles, permite registrar y validar actividades de

revisión por pares (*peer review*) y membresías en comités editoriales, otorgando visibilidad a la academia (Ares-Blanco et al., 2023).

Nivel 2: Autoridad y preservación (el nivel institucional)

Este nivel otorga legitimidad y garantiza que el contenido permanezca accesible a perpetuidad, cumpliendo con orientaciones legales y éticos. Abarca plataformas como el repositorio institucional y sitio personal institucional. Estas plataformas no son controladas por el investigador sino por una institución.

Repositorio institucional y sitio personal institucional: Los repositorios son archivos digitales gestionados por la universidad para almacenar y difundir su producción intelectual. Utilizan protocolos de interoperabilidad (OAI-PMH) que permiten que motores como Google Scholar recolecten sus contenidos. Entre sus beneficios están el acceso abierto, lo que hace posible el autoarchivo de versiones permitidas de los artículos (*preprint* o *posprint*), haciendo accesible la investigación sin violar derechos de autor. Además, garantizan enlaces permanentes (*handle*, DOI) que no se rompen, a diferencia de webs personales o redes sociales comerciales. Los documentos en repositorios son indexados prioritariamente por buscadores académicos, aumentando el tráfico hacia el trabajo del autor (Franco Pérez, 2023).

Nivel 3: Descubrimiento y métricas abiertas (el motor de búsqueda)

Es el punto de entrada principal para la mayoría de las búsquedas académicas globales. Este nivel abarca la plataforma de Google Scholar (Google Académico), esta permite que el público en general descubra las publicaciones científicas del investigador mediante el motor de búsqueda. A continuación, se explica los beneficios de esta plataforma.

Google Scholar (Google Académico): Permite crear un perfil de investigador público que rastrea citas automáticamente y calcula el Índice H y el Índice i10. Es fundamental curar el perfil manualmente. El algoritmo puede asignar erróneamente trabajos de autores con nombres similares. Un perfil limpio y verificado institucionalmente mejora el posicionamiento en búsquedas. Su capacidad para detectar citas en literatura gris ofrece una visión más completa del impacto real (2023).

Nivel 4: Interacción y redes sociales académicas (la comunidad)

En este nivel, la identidad se vuelve interactiva. Se construyen comunidades, se discute y se colabora. Abarca plataformas como ResearchGate, Academia.edu, SciProfiles (MDPI)

y Loop. Dichas plataformas posibilitan difundir las publicaciones científicas, aumentando las visualizaciones y citas.

ResearchGate: Funciona como un repositorio social y foro de discusión. Genera el RG score (basado en interacción) y el *research interest*. Aunque criticado por su opacidad, es una métrica de reputación interna influyente. Se sugiere utilizar la función de solicitud de texto completo para compartir artículos de forma privada con interesados, respetando el *copyright*. Al igual que participar en Q&A para demostrar experticia (Teixeira da Silva, 2025).

Academia.edu: Se enfoca en la distribución de *papers* y el análisis de audiencia (quién lee tu trabajo). Es útil para subir borradores y obtener *feedback* temprano, así como para monitorear tendencias en temas humanísticos (2025).

SciProfiles (MDPI): Su valor diferencial es que no solo lista publicaciones, sino que visibiliza roles de editor, revisor y organizador de conferencias. Se sincroniza con ORCID para importar trabajos automáticamente, reduciendo la carga administrativa (Mondal y Mondal, 2022).

Loop: Su gran ventaja radica en su sistema de distribución contextual dinámico y en la visibilización activa de los roles de par revisor y editor de sección, superando la tendencia tradicional de listar únicamente la autoría. Asimismo, posee una pasarela interoperable y bidireccional con el sistema ORCID que automatiza la importación de metadatos y reduce la carga administrativa (Mondal y Mondal, 2022; Oblitas-Guerrero y Sanntamaría-Oblitas, 2024).

Nivel 5 (Cúspide): Divulgación profesional y sociedad (la esfera pública)

Conecta la ciencia con la industria, los medios y el público general; es el nivel de la transferencia y la marca personal. Se recomienda que las publicaciones científicas se divulgan en redes sociales para aumentar su visibilidad. Este nivel abarca LinkedIn y el blog personal.

LinkedIn: Respecto a la estrategia, no solo se trata de despegar el *abstract*. Se debe redactar un post narrativo que explique el porqué y el para qué de la investigación en lenguaje accesible, utilizando elementos visuales (carruseles de PDF, infografías, por ejemplo). Es ideal para encontrar socios industriales, consultorías y oportunidades laborales para estudiantes de posgrado. Se recomienda publicar resúmenes visuales y etiquetar a coautores e instituciones para amplificar el alcance algorítmico (Ramírez Domínguez y Orjuela Cifuentes, 2024).

Blog personal: La estrategia sería que actuara como el *hub* central. Las redes sociales (LinkedIn, Facebook, Twitter) deben redirigir tráfico a este blog, donde reside el contenido

de valor completo. El investigador puede compartir todas sus publicaciones científicas e incluir su CV (Stevenson et al., 2025).

VIII. Métricas de impacto: matriz de evaluación

Bibliometría tradicional: prestigio consolidado

Las métricas de citación siguen siendo la moneda de cambio principal para la promoción académica y el financiamiento. El índice H mide tanto la productividad como el impacto acumulado. Un índice H de 20 significa que el autor tiene 20 artículos con al menos 20 citas cada uno. Aunque robusto, tiene sesgos importantes: favorece carreras largas y disciplinas de alta citación (como biomedicina) frente a otras (como matemáticas o humanidades) (Ortega-Rubio et al., 2021). En el caso del índice i10, utilizado por Google Scholar, contabiliza el número de publicaciones con al menos 10 citas, es un indicador útil de la profundidad y consistencia del impacto de un investigador (Franco Pérez, 2023).

Altmetría: atención inmediata y social

Las altmétricas (*Alternative Metrics*) rastrean la atención que recibe la investigación en la web social: menciones en Twitter/X, cobertura en noticias, referencias en políticas públicas, blogs y descargas (Ng et al., 2025). Existe una distinción crucial entre impacto científico (citas) y atención social (altmétricas). Estudios muestran que, aunque hay correlaciones positivas débiles, son dimensiones distintas. Un artículo puede tener un alto puntaje alométrico por ser controversial o viral, sin necesariamente generar citas académicas posteriores (Costas et al., 2014).

De esta forma, las altmétricas funcionan como indicadores tempranos (*early indicators*). Mientras las citas pueden tardar años en acumularse, las altmétricas proveen *feedback* inmediato sobre la relevancia social del tema, ayudando a los investigadores a ajustar sus estrategias de comunicación y demostrar impacto social ante financiadores (Sanz-Valero, 2022).

IX. Estrategias de comunicación y ética: investigador como narrador

Técnicas de storytelling y redacción digital

Se requieren nuevas estructuras como la estructura ABT y la pirámide invertida. La estructura ABT (*and, but, therefore* – y, pero, por lo tanto), popularizada por Randy Olson, es una estructura narrativa que inserta la ciencia en un arco dramático. Establece un contexto (y), introduce un conflicto o problema crucial (pero), y presenta la investigación como la

resolución necesaria (por lo tanto). Esto aumenta la retención y comprensión del mensaje por parte de audiencias no expertas (Chun Yu, 2023).

Por otro lado, en la pirámide invertida para blogs y redes sociales se debe aplicar la técnica periodística de colocar la conclusión o hallazgo principal en la primera línea (*Bottom Line up Front*), seguido de los detalles de apoyo. En la economía de la atención, los lectores escanean; si el hallazgo principal está al final, se pierde (Poitker, 2010).

Ética de la visibilidad: riesgos y responsabilidades

La búsqueda de visibilidad conlleva peligros éticos significativos que pueden dañar la reputación individual y la confianza pública en la ciencia. Existe la tentación de simplificar en exceso o exagerar las implicaciones de un estudio para ganar tracción mediática. Esto es éticamente problemático y erosiona la confianza a largo plazo. La comunicación ética requiere transparencia sobre las limitaciones, los sesgos y la incertidumbre inherente a los resultados (Castro Mora et al., 2024).

Además, la presión por ser visible y publicar rápido hace a los investigadores vulnerables a editoriales depredadoras que cobran por publicar sin revisión por pares real. La gestión de la identidad digital es una defensa clave: verificar que la revista esté indexada en bases confiables (Scopus, WoS, DOAJ), usar correos institucionales para la correspondencia y desconfiar de invitaciones por correo electrónico no solicitadas (*spam*) que prometen tiempos de publicación irreales (Laine et al., 2025).

Discusión

La literatura reciente de la temática evidencia que la difusión de la investigación ha evolucionado de manera drástica. Hoy en día los investigadores pueden elaborar publicaciones con apoyo de herramientas de IA y difundir sus investigaciones en múltiples plataformas digitales (Martin, 2019; Trejo Lorenzana et al., 2025). Sin embargo, cada día se generan grandes cantidades de información, lo que dificulta a los usuarios encontrar información de calidad (Arnold et al., 2023).

Es por ello que los académicos de educación superior deben de saber identificar literatura relevante y mejorar su visibilidad en la red (Baquero Rey et al., 2017). Los algoritmos ordenan la información basándose en criterios de relevancia, citación acumulada, recencia y comportamiento del usuario. En este sentido, los investigadores que trabajen mejor su visibilidad, son los que tendrán mejores resultados (Martin, 2019).

Esto coincide con lo encontrado por Kudlow et al. (2021) en su estudio, la promoción de artículos en plataformas abiertas aumentó las tasas de citación en un 28 % tras 36 meses en comparación con un grupo de control. Asimismo, Saravudecha et al. (2023) en su estudio encontraron que los artículos de medicina clínica publicados bajo la modalidad híbrida *Gold Open Access* mostraron una ventaja de citación de entre 1.30 y 1.45 veces superior a los artículos de suscripción en el mismo periodo. Por lo tanto, la modalidad *Open Access* mejora la visibilidad a largo plazo de los artículos científicos, especialmente para los artículos ubicados en Q1 y mayor factor de impacto, dependiendo el área de conocimiento (Riera y Aibar, 2013).

Marín Velásquez y Arriojas (2021) sugieren que el investigador publique consistentemente en revistas Q1 y Q2 para maximizar su identidad académica y prestigio internacional. Ya no solo es publicar de manera regular, sino en revistas de calidad. Existen varias métricas que miden el impacto de los investigadores, las principales son el índice H y el índice i10 (Franco Pérez, 2023; Ortega-Rubio et al., 2021). Resulta esencial publicar en revistas ubicadas en el primer cuartil siempre que sea posible, o de cuartil dos, revisando también las bases de datos y demás indexaciones que tienen las distintas revistas, procurando que sean de acceso abierto, entre más indexaciones tenga la revista, es mucho mejor para la visibilidad.

El investigador puede tener una buena presencia en redes sociales, pero eso no significa que sea un referente en la investigación. Esto se asemeja con lo encontrado por Costas et al. (2014) en su estudio, un artículo puede tener un alto puntaje altmétrico (métricas alternativas) por ser controversial o viral, sin necesariamente generar citas académicas posteriores. De esta forma, las altmétricas proveen *feedback* inmediato sobre la relevancia social del tema, esto permite que los investigadores ajusten sus estrategias de comunicación y mejoren su identidad digital (Sanz-Valero, 2022).

Para maximizar la visibilidad en un entorno saturado, el investigador debe adoptar técnicas de comunicación profesional, sin sacrificar la integridad ética. Chun Yu (2023) sugiere el uso de la estructura ABT (*and, but, therefore*), en la cual se establece un contexto, luego se introduce un conflicto o problema crucial y, por último, se presenta la investigación como la resolución necesaria. La principal ventaja de esta estructura de redacción es que aumenta la retención y comprensión del mensaje para el público general.

Además, Potter (2010) explica que la pirámide invertida puede mejorar los resultados de publicaciones en redes sociales y blogs, al presentar la conclusión o hallazgo principal en la primera línea. Esto permite que los usuarios lean rápidamente la aportación del escrito y no ignoren la publicación.

El investigador se debe de comunicar éticamente, siendo transparente sobre las limitaciones, los sesgos y la incertidumbre inherente a los resultados. Por lo tanto, se recomienda no exagerar o simplificar las implicaciones de un estudio debido a que estas acciones podrían dañar la reputación del investigador y la confianza pública en la ciencia (Castro Mora et al., 2024).

Conclusiones

La construcción de la visibilidad científica en el siglo XXI ha dejado de ser una opción para convertirse en un componente estructural de la carrera académica. La gestión estratégica de la visibilidad genera retornos medibles, los organismos financiadores exigen cada vez más pruebas de impacto ampliado. Un perfil digital sólido y métricas altmétricas demostrables evidencian el retorno social de la inversión en investigación. La visibilidad en plataformas globales rompe la endogamia institucional, atrayendo colaboradores internacionales y oportunidades de investigación que no surgirían por canales tradicionales.

En un mercado laboral académico saturado, la visibilidad digital actúa como un diferenciador que valida la relevancia del investigador fuera de su círculo inmediato. Más allá del beneficio individual, la visibilidad es un imperativo de responsabilidad social. En una era caracterizada por la desinformación y las noticias falsas, los académicos tienen el deber ético de ocupar los espacios digitales. Una ciencia que no se comunica, no se ve; y lo que no se ve, no existe para la sociedad. Hacer visible la ciencia rigurosa es un acto de defensa del conocimiento veraz.

La organización de la presencia digital mediante la pirámide de la visibilidad permite una gestión eficiente de los recursos, al cimentar la identidad en ORCID ID y ResearcherID para asegurar la atribución; institucionalizar la producción en repositorios para garantizar el acceso abierto y la preservación; amplificar el alcance mediante Google Scholar; dinamizar la discusión en ResearchGate, Academia.edu, SciProfiles y Loop; socializar el conocimiento en LinkedIn y blogs para impactar en la sociedad real.

Para el investigador que busca consolidar su identidad en este siglo, se proponen las siguientes acciones estratégicas: primero, unificar el nombre de autor en todas las publicaciones y plataformas, además de emplear una fotografía que proyecte su imagen profesional y académica, así como crear y mantener actualizado el perfil ORCID como eje central de la identidad digital.

Segundo, priorizar la publicación en revistas de acceso abierto o asegurar el autoarchivo en repositorios institucionales para maximizar la citación. Tercero, mantener un perfil

impecable en Google Scholar y Scopus/WoS, además de utilizar ResearchGate y LinkedIn de manera complementaria para la difusión y el *networking*.

Cuarto, adoptar técnicas de *storytelling* (ABT) para comunicar hallazgos en redes sociales y blogs, adaptando el mensaje sin sacrificar el rigor. Por último, filtrar rigurosamente los canales de publicación para evitar prácticas depredadoras, protegiendo así la integridad de la propia trayectoria científica.

Al adoptar estas estrategias, el académico no solo beneficia su propia carrera mediante el incremento de citas y oportunidades de financiación, sino que cumple con el mandato ético fundamental de la universidad: hacer que el conocimiento sea un bien público, accesible, transparente y útil para la humanidad. En el entorno actual, la visibilidad es la herramienta que transforma la producción intelectual en impacto real. **SC**

Referencias

- Ares-Blanco, S., García-Torrecillas, J. M., y Barrio-Cortes, J. (2023). Cómo crear un perfil digital de investigador a través de diferentes plataformas online. Una revisión narrativa. *Revista Clínica de Medicina de Familia*, 16(2), 98-105. <https://doi.org/10.55783/rcmf.160207>
- Arnold, M., Goldschmitt, M., y Rigotti, T. (2023). Dealing with information overload: a comprehensive review. *Frontiers in Psychology*, 14, 1-28. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1122200>
- Badilla Marín, R. (2024). El correo electrónico: un reto a la gestión de la información. *E-Ciencias de la Información*, 14(1), 1-18. <https://doi.org/10.15517/eci.v14i1.55301>
- Baquero Rey, L. E., Gil Aros, C., y Hernández Bejarano, M. A. (2017). Modelo de desinfoxicación para el proceso de enseñanza-aprendizaje. *Redes de Ingeniería*, 8(2), 101-109. <https://doi.org/10.14483/2248762X.11760>
- Cañedo Andalia, R., Nodarse Rodríguez, M., y Peña Rodríguez, K. M. (2015). ORCID: en busca de un identificador único permanente y universal para científicos y académicos. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 26(1), 71-77. <https://www.redalyc.org/pdf/3776/377645760007.pdf>
- Castro Mora, E. R., Valero Quezada, A. V., Ramos Guevara, E. M., y Saltos García, P. A. (2024). Ética en la comunicación moderna: el papel de la verdad y la

- transparencia. *Sage Sphere International Journal*, 1(1), 1-28. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10176949>
- Chun Yu, K. (2023). A guide to communicating astronomy with storytelling in planetariums. *CAPjournal*, (33), 13-20. https://www.researchgate.net/publication/380398079_A_guide_to_communicating_astronomy_with_storytelling_in_planetariums
- Costas, R., Zahedi, Z., y Wouters, P. (2014). Do “altmetrics” correlate with citations? Extensive comparison of altmetric indicators with citations from a multidisciplinary perspective. *Journal of the Association for Information Science and Technology (JASIST)*, 66, 2003-2019. <https://doi.org/10.1002/asi.23309>
- Ferreira, C. L., Pilatti, L. A., Cantorani, J. R. H., y Picinin, C. T. (2025). Citation Metrics of Open Access and Subscription Journals in Education: An Analysis in Scopus’s Education Category. *Education for Information*, 42(1). <https://doi.org/10.1177/01678329251364340>
- Franco Pérez, Á. M. (2023). Google Académico: el buscador especializado para la ayuda a la investigación. *Hospital a Domicilio*, 7(1), 35-47. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2530-51152023000100004
- Guzmán Brand, V. A., y Gelvez García, L. E. (2023). Estructura y construcción de artículos científicos. Una revisión sistemática. *Praxis*, 19(3), 498-516. <https://doi.org/10.21676/23897856.4962>
- Herrera-López, G. (2024). Comunicar la ciencia: ¿difundir o divulgar? *Milenaria, Ciencia y Arte*, (23), 4-7. https://www.researchgate.net/publication/381967635_Comunicar_la_ciencia_difundir_o_divulgar
- Huerta Patraca, G. A., Torres Gastelú, C. A., y Lagunes Domínguez, A. (2022). Identidad digital en el ámbito educativo. A. Lagunes Domínguez y C. A. Torres Gastelú (Coords.), *Sistemas y ambientes educativos: Estado del conocimiento* (pp. 33-47). Universidad Veracruzana. https://www.researchgate.net/publication/373976377_Identidad_digital_en_elambito_educativo
- Ioseliani, A. D., Orekhovskaya, N. A., Svintsova, M. N., Panov, E. G., Skvortsova, E. M., y Bayanova, A. R. (2023). Bibliometric analysis of articles on digital educational environments. *Contemporary Educational Technology*, 15(3),

- 1-10. <https://www.cedtech.net/download/bibliometric-analysis-of-articles-on-digital-educational-environments-13100.pdf>
- Kudlow, P., Brown, T., y Eysenbach, G. (2021). Citation Advantage of Promoted Articles in a Cross-Publisher Distribution Platform: 36-Month Follow-up to a Randomized Controlled Trial. *Journal of Medical Internet Research*, 23(12). <https://doi.org/10.2196/34051>
- Laine, C., Babski, D., Bachelet, V. C., Bärnighausen, T. W., Baethge, C., Bibbins-Domingo, K., Frizelle, F., Gollogly, L., Kleinert, S., Loder, E., Monteiro, J., Rubin, E. J., Sahni, P., Wee, C. C., Yoo, J. H., y Zakhama, L. (2025). Predatory journals: What can we do to protect their prey? *PLoS medicine*, 22(4), 283-285. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1004542>
- Marín Velásquez, T., y Arriolas Tocuyo, D. D. J. (2021). Ubicación de revistas científicas en cuartiles según SJR: Predicción a partir de estadística multivariante. *Anales de Documentación*, 24(1), 1-11. <https://doi.org/10.6018/analesdoc.455951>
- Martin, S. J. (2019). Historia de las revistas científicas. *Luciérnaga. Revista Científica*, 11(22), 18-43. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n22a1>
- Mondal, H., y Mondal, S. (2022). How to enhance your profile on academic portals, social media, and personal websites? *CosmoDerma*, 2(7), 1-7. https://doi.org/10.25259/CSDM_2_2022
- Ng, J. Y., Stephen, D., Liu, J., Ostermann, T., Robinson, N., y Cramer, H. (2025). Bibliometrics and altmetrics in the context of traditional, complementary, and integrative medicine. *Integrative Medicine Research*, 14(3), 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.imr.2025.101181>
- Oblitas-Guerrero, S. M., y Sanntamaría-Oblitas, S. R. (2024). Hacia una ciencia conectada: la importancia de los identificadores académicos en la era digital. *Revista Experiencia en Medicina del Hospital Regional Lambayeque*, 10(4), 64-67. <https://doi.org/10.37065/rem.v10i4.789>
- Ortega-Rubio, A., Murillo-Amador, B., Troyo-Diéguez, E., y Valdez-Cepeda, R. D. (2021). El índice h: sobrevaloración de su uso en la estimación del impacto del quehacer científico en México. *Terra Latinoamericana*, 39, 1-8. <https://doi.org/10.28940/terra.v39i0.895>

- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... y Alonso-Fernández, S. (2021). Declaración PRISMA 2020: una guía actualizada para la publicación de revisiones sistemáticas. *Revista Española de Cardiología*, 74(9), 790-799. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0300893221002748>
- Paz Enrique, L. E., y Hernández Alfonso, E. A. (2019). Principios para la creación de libros científicos para la docencia. *Mendive. Revista de Educación*, 17(4), 565-573. <https://mendive.upr.edu.cu/index.php/MendiveUPR/article/view/1650>
- Paz Enrique, L. E., y Hernández Alfonso, E. A. (2024). De la tesis al artículo científico: principios, criterios y estrategias para su elaboración. En M. Pereira Burgos (Ed.), *Trabajo de grado: elaborar y publicar sus resultados. Una guía para lograrlo* (pp. 111-121). Estados Unidos; High Rate Consulting. <https://doi.org/10.38202/trabajodegrado>
- Pérez Díaz, A. B., López García, J. C., y Buendía Espinosa, A. (2019). El congreso académico como espacio para la formación de investigadores. El caso del Encuentro Nacional de Estudiantes de Posgrado en Educación. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 24(83), 1109-1134. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662019000401109
- Potochnik, A., y Jacquart, M. (2025). *Public Engagement with Science. Defining the Project*. Cambridge University Press. <http://dx.doi.org/10.1017/9781009475105>
- Potter, H. (2010). News and its communicative quality: the inverted pyramid—when and why did it appear? *Journalism Studies*, 4(4), 501–511. <https://doi.org/10.1080/1461670032000136596>
- Ramírez Domínguez, D. M., y Orjuela Cifuentes, M. M. (2024). Impacto de la red social LinkedIn en el desarrollo de la marca personal de los profesionales colombianos. *Ingenio Libre*, 14(24), 71-82. https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/inge_libre/article/view/11774
- Riera, M., y Aibar, E. (2013). ¿Favorece la publicación en abierto el impacto de los artículos científicos? Un estudio empírico en el ámbito de la medicina intensiva. *Medicina Intensiva*, 37(4), 232-240. <https://doi.org/10.1016/j.medin.2012.04.002>

- Sanmarco, J., Vázquez, M. J., y Fariña, F. (2019). Comparación de los índices de citas y clasificación de revistas del Journal Citation Reports y Scopus en el campo de la Psicología. *Revista Iberoamericana de Psicología y Salud*, 10(2), 122-134. <https://doi.org/10.23923/j.rips.2019.02.030>
- Sanz-Valero, J. (2022). Altimetrías, ¿novedad o complemento del análisis de citas? *Medicina y Seguridad del Trabajo*, 67(263), 84-87. <https://doi.org/10.4321/s0465-546x2021000200001>
- Saravudecha, C., Na Thungfai, D., Phasom, C., Gunta-in, S., Metha, A., Punyaphet, P., Sookruay, T., Sakuludomkan, W., y Koonrunsesomboon, N. (2023). Hybrid Gold Open Access Citation Advantage in Clinical Medicine: Analysis of Hybrid Journals in the Web of Science. *Publications*, 11(2), 1-9. <https://doi.org/10.3390/publications11020021>
- Stevenson, A., Balloo, K., y Piper, A. (2025). How To Do Academic Blogging. *Public Humanities*, 1(e68), 1-11. <https://doi.org/10.1017/pub.2025.12>
- Teixeira da Silva, J. A. (2025). The Now-Defunct ResearchGate Score and the Extant Research Interest Score: A Continued Debate on Metrics of a Highly Popular Academic Social Networking Site. *Open Information Science*, 9(1), 1-11. <https://doi.org/10.1515/opis-2024-0011>
- Trejo Lorenzana, M. M., De León Barrera, S., Trejo Lorenzana, L. C., y Pérez Ángeles, V. (2025). La inteligencia artificial y su impacto en el ámbito educativo. *Ciencia Latina. Revista Científica Multidisciplinar*, 9(5), 11071-11096. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i5.20385