

## **Recomendaciones para publicar artículos en internet**

**Autor:** Revista Vinculando — [¿Cómo citar este artículo?](#)

**Aviso Importante:** Esta página ha sido actualizada. Si estás buscando los lineamientos editoriales para publicar en Revista Vinculando, por favor visita este enlace: [Cómo publicar artículos en internet](#)

Aunque hasta hace pocos años internet era un medio de relativamente poco uso entre la mayoría de la población, en años recientes ha ganado terreno a una velocidad impresionante entre personas de todo el mundo, y esta tendencia sólo parece que va a mantenerse a lo largo de los años siguientes. Por ello, es importante saber cómo tener presencia en este medio de comunicación.

### **Académicos que desean publicar en internet**

Los académicos e investigadores conocen desde hace tiempo que existen publicaciones e instituciones especializadas de alto prestigio en las cuales pueden publicar sus trabajos más recientes, de manera que no hablaremos de eso aquí.

Sin embargo, dada la naturaleza especializada de dichas publicaciones, esos textos son en la práctica inaccesibles para la gran mayoría de la población, de manera que es importante conocer de otros medios de difusión que puedan dar a conocer los descubrimientos que sean de utilidad a un número mayor de personas.

Por otro lado, es importante que los medios informativos que elijan cumplan con estándares de calidad adecuados, para que su trabajo no se devalúe por aparecer en espacios poco apropiados que privilegian el *ratings* más que la calidad del mensaje transmitido.

En este sentido pensamos que **Revista Vinculando** ha cuidado de mantener un alto estándar editorial al mismo tiempo que es un medio aprovechado por miles de personas cada mes, de manera que puede ser un espacio ideal para difundir ideas y descubrimientos que sean útiles a un público no especializado, pero que sí tiene interés en las áreas de Desarrollo Sustentable, ecología, psicología, educación y varios otros temas afines.

### **Otros profesionales que quieren saber cómo publicar**

También existen otro tipo de profesionales que desean publicar en internet, posiblemente con

finés comerciales o para difundir otro tipo de iniciativas.

De la misma manera que detallamos arriba, lo más importante es que busquen un espacio que sea adecuado para transmitir su mensaje. Si lo que buscan es llegar al gran público, es posible que la mejor idea sea contratar campañas publicitarias con las principales empresas del ramo, mientras que quienes se interesan por informar acerca de la utilidad de ciertos productos o servicios pueden hacerlo a través de los llamados blogs que se encuentran en numerosos sitios web de empresas.

Los individuos y organizaciones dedicados a la venta de productos ecológicos, naturales y orgánicos pueden tener en **Revista Vinculando** un espacio adecuado para darlos a conocer, siguiendo nuestros lineamientos para recibir [publicidad gratis por internet](#).

En conclusión, tan importante es el mensaje que desea transmitir, como el medio que elige para hacerlo. Por ello le sugerimos que tome un tiempo para evaluar con detalle las opciones que tenga disponibles para que obtenga el mayor beneficio de su esfuerzo.

## **Breve ejemplo de las certificaciones orgánicas y de comercio justo**

Hace algún tiempo se ha escuchado que existen productos orgánicos o de comercio justo que, en general, transmiten el mensaje de que con su compra, los consumidores estamos ayudando ya sea a cuidar el ambiente o a darle una vida digna a miles de familias productoras de café, miel, cacao y muchos otros productos.

Algunas organizaciones de pequeños productores que buscaban mejorar las condiciones de venta de sus productos rápidamente se dieron cuenta que no todas las certificaciones son iguales. Bajo pretexto de criterios de calidad, ciertos mercados aceptaban algunos sellos y rechazaban otros, aunque las prácticas culturales pocas veces variaban de manera significativa.

En este sentido, al buscar una certificación una organización debería tener claro, primero que nada, a qué mercado quisiera dirigirse y entonces ver qué certificadoras operan en dicho mercado. Entre los criterios a evaluar se encuentran no sólo los costos de la certificación, sino también y posiblemente igual de importante, ¿cuál es el conocimiento que tienen los consumidores de este sello? ¿Qué acciones lleva a cabo la certificadora para promoverlo?

Si las respuestas a estas preguntas no son satisfactorias, entonces no vale la pena pagar a terceros para decir que se tiene un producto de calidad, pues su audiencia es muy limitada o su credibilidad no está suficientemente establecida.

Quien desee publicar en internet requiere saber cuál es el perfil de lectores que hay en

determinados portales o publicaciones para aprovechar lo mejor posible ese medio de comunicación.