

Fundamentos de una revista científica, ¿qué es? y ¿para qué?

Autoría



José Manuel de Pablos Coello

Catedrático de Periodismo de la Universidad de La Laguna (Tenerife). Doctor por la Universidad Complutense de Madrid. Editor de Revista Latina de Comunicación Social. Creador de la colección de libros Cuadernos Artesanos de Comunicación. Presidente de RAIC, Red Académica Iberoamericana de la Comunicación y de la Bienal Iberoamericana de la Comunicación.

Sumario

Abstract

Introducción

Digital vs. papel

¿Para qué la revista científica?

ABSTRACT



La revista científica es una publicación periódica destinada a un sector especializado de la comunidad investigadora, editada como un servicio a esa colectividad, fuera de la cual queda la parte del colectivo perteneciente a la entidad editora. Se evitará, de ese modo, la endogamia editorial, capaz de dejar inservible los artículos que se publiquen en la revista “de la casa”, si sus autores esperan recibir algún tipo de “rendimiento burocrático” externo a su trabajo publicado sin moverse de casa. Según el profesor Jorge Lozano, “para publicar hay que tomar la guagua”... [...]

Este trabajo se ha realizado al amparo del proyecto EDU2011-13034-E; Subprograma de Acciones Complementarias a proyectos de investigación fundamental no orientada, convocatorias 2011, “Observatorio de Revistas Científicas de Ciencias Sociales”.

INTRODUCCIÓN

La revista científica es una publicación periódica destinada a un sector especializado de la comunidad investigadora, editada como un servicio a esa colectividad, fuera de la cual queda la parte del colectivo perteneciente a la entidad editora. Se evitará, de ese modo, la endogamia editorial, capaz de dejar inservible los artículos que se publiquen en la revista “de la casa”, si sus autores esperan recibir algún tipo de “rendimiento burocrático” externo a su trabajo publicado sin moverse de casa. Según el profesor Jorge Lozano, “para publicar hay que tomar la guagua”...

No hay que confundir ‘revista científica’ con ‘revista académica’ o ‘revista universitaria’. La revista científica es académica y es universitaria (aunque la edite un ente no universitario sino investigador, cuyo espíritu no deja de ser universitario). No es científica la revista (académica) que informa de las actividades de una universidad. Toda revista científica es universitaria y es académica, pero no todas éstas son científicas. La cabecera científica ha de cumplir la condición gemela de ser académica y universitaria, que será un doble requisito obligatorio, pero no suficiente. Revista científica e investigación publicada es un binomio perfecto. Hablar de revista científica es hablar de investigación [1].

Algunas aproximaciones a este concepto señalan que se trata de “una publicación periódica que publica [2] artículos científicos y/o información de actualidad sobre investigación y desarrollo acerca de un campo específico determinado” [3] o bien “... es aquella que da a conocer el avance de la ciencia, difundiendo nuevo conocimiento” [4]. Para la ISO (International Standardization Organization) es “una publicación en serie que trata generalmente de una o más materias específicas y contiene información general o información científica y técnica.”

Esta aproximación a lo que es una revista científica descarta las publicaciones aparentemente científicas, con finalidad comercial. Mercado frente a sociedad.

Veamos algunos casos:

- Revistas para médicos y para veterinarios, editadas por un laboratorio farmacéutico, Antibióticos S. A., como parte de su estrategia mercantil. Así eran los casos de *Tribuna Médica* y *Tribuna Veterinaria*, creadas como medios para hacer llegar información y publicidad de sus productos a los profesionales de la Medicina y de la Veterinaria, respectivamente. En estos dos casos, la publicidad era presentada claramente como tal y, también, publicidad enmascarada en artículos, informes o textos de otro tipo, todo muy comercial. Al ser la empresa editorial y la productora el mismo ente, de lo que se publicitaba en textos “periodísticos” no había ‘competencia’ ni preocupaciones. De hecho, no admitían publicidad de laboratorios competidores. O sea, una revista formalmente científica, como parte de un negocio... científico. Esto era así, hasta el punto de que el responsable editorial de ambas publicaciones era el director comercial de la

empresa farmacéutica, el perito mercantil Enrique Costas Lombardía.

- *Telos*: una revista con contenidos científicos y tecnológicos, cuyo propietario es la fundación de una compañía multinacional, la antigua Compañía Telefónica Nacional de España, que después de privatizada ha ido cambiando de entorno y de nombre, hasta acabar en la Bolsa de Nueva York y en un 'internacional' Movistar. La finalidad de su revista es llamar la atención sobre las maravillas de las nuevas tecnologías... que funcionan con los servicios que ofrecen las compañías telefónicas, expuesto en este caso por el medio originado con presupuesto de la corporación líder del mercado, la más interesada en dispositivos móviles, su negocio.

- *Universia Business Review*: la revista de Economía editada con el patrocinio de una entidad bancaria. Emilio Botín es el conductor de su Consejo Editorial, en calidad de presidente de Universia, presentado en el escalafón que da respaldo ¿científico? a la revista por encima de la profesora Adelaida de la Calle Martín, rectora de la Universidad de Málaga y presidenta de la CRUE, la Conferencia de Rectores de Universidades Españolas. No lo esconden: muestran los logos del banco en la propia interface, por duplicado, para que no haya dudas. Es evidente que por encima de los intereses de la sociedad lo hace a la entidad bancaria que la nutre y de la que depende. Es más que obvio. Dejan claro que no es una revista científica cien por cien: "...no es una publicación exclusiva del mundo académico en sentido estricto [5], sino que su misión principal es trasladar a quienes tienen la responsabilidad de dirigir empresas y negocios las ideas y desarrollos más innovadores que el ámbito científico y académico sea capaz de generar." [6] Y ellos son los mediadores, y los seleccionadores, de lo que es bueno para las empresas y para los negocios. Negocio redondo.

En el caso de *Tribuna Médica* no era posible una crítica al abuso del antibiótico, porque el conglomerado industrial que la editaba era la empresa Antibióticos S.A., una agrupación económica de laboratorios especializados (Leti Uquifa, Abelló, Llorente, Ibis...) de capital español entonces, que habían creado la industria singular en 1954, hasta su venta a la italiana Montedison en 1987. Ahí se marcó el fin de estas dos revistas... y el ascenso de Mario Conde, gestor o intermediario de aquella operación.

En la revista de Telefónica no es posible imaginar un texto publicado donde se llame la atención sobre el peligro de las radiaciones de la telefonía móvil, espina dorsal de la ocupación de sus editores, a través, eso sí, de su fundación, como si eso no informara del origen de su presupuesto. En esta revista se da algo muy singular en el panorama de las publicaciones científicas: pagan a los autores, de modo que han de ser buenos chicos. Entre los buenos chicos de esta revista, figura uno llamado Iñaki Urdangarín Liebaert –integrante de la llamada casa real española–, tal y como aparece en el lugar de honor de su personal de alto standing, pestaña de "Staff", en la categoría de "patronos electivos", en cuya web se mantenía, después de haber sido sacado de la web de La Zarzuela [7].

Mario Conde, Iñaki Urdangarín: van saliendo nombres de grandes de España. El primero, Mario Conde, fue nombrado el 9 de junio de 1993 doctor *honoris causa* por la Universidad Complutense de Madrid en tiempos del rector Gustavo Villalpalos y a propuesta de un gran pensador español, Juan Carlos de Borbón. Fue un homenaje universitario celebrado "bajo la presidencia de Su Majestad el Rey", algo muy poco habitual, no sucedido hasta entonces, vaya. Todo va quedando en familia. (Iñaki tal vez no vaya a tener tiempo de ser *honoris causa* por alguna universidad. Si acaso, por Alcalá-Meco.)

No por casualidad, *Telos* es la revista que dedica más atención y espacio –o sea, mayor inversión– para dar a conocer las maravillas de la comunicación móvil, o sea, mediante dispositivos móviles, esto es, usando los servicios de la empresa que financia la revista. Para eso está. En el trabajo "Revisión de la investigación publicada sobre comunicación móvil en revistas españolas de referencia" (2009-2010-enero-junio de 2011), de las profesoras E Gil-Pons, MJ Díaz-González y C Costa-Sánchez, de la Universidad de A Coruña [8], se pone de manifiesto que en el periodo de estudio –cuando se publicaron 42 documentos sobre la materia–, esta revista dedicó el 65% del espacio a ese asunto. Lógico y natural. Cumple su cometido. En coherencia con ese mensaje, las autoras no dudan en abrir su documento con esta cita de Dans (2010: 273): "La economía de la atención es seguramente el cambio más interesante sufrido por el sistema capitalista en toda su historia, y su auge está basado en la disponibilidad de una plataforma con la universalidad de Internet que se convierte en el medio perfecto para la difusión de la atención". [9]

En el ejemplo de la cabecera de *Universia*, revista "con el mecenazgo del Banco de Santander", tal y como anuncia en su portada, bajo otro logo del mismo banco, no será posible ver publicada una información crítica sobre la banca ante la actual estafa llamada 'crisis' y mucho menos sobre la responsabilidad bancaria sobre los desahucios o los suicidios derivados de esa catástrofe social. Igualmente será imposible leer en ella reseñas de libros nuevos que expliquen desde un foco crítico la estafa bancaria llamada crisis. Por ejemplo, nunca veremos que hablen del nuevo libro de Ernesto Ekaizer *Por qué lo llaman crisis cuando es estafa. Indecentes. Crónica de un atraco perfecto*. [10]

De hecho, les hemos propuesto tal reseña, sin respuesta del profesor Álvaro Cuesta García, su director, más allá de la amable contestación de un representante innominado del "Comité de Dirección", donde después de agradecer nuestro interés por la revista y asegurar que pasan nuestro mensaje al director "para que tenga conocimiento del mismo", añaden: "No obstante le informamos que, atendiendo a la línea editorial actual (...) no publica reseñas de libros. Le recomendamos que envíe su petición a otro tipo de revistas que sí publican reseñas de libros". Lógico: aceptan no ser una revista exclusiva del mundo académico en sentido estricto. Es obvio que un journal o revista científica publica reseñas junto a artículos científicos. No es el caso de esta revista, *Universia Business Review*, del Banco de Santander.

Con lo anterior, podemos ir viendo algunas de las características de lo que no es una revista científica, para llegar a una teoría de lo que ha de ser una revista científica.

Veamos, entonces, qué hemos de entender como revista científica "exclusiva del mundo académico en sentido estricto", parafraseando la revista publicitaria del Banco de Santander:

- Una publicación en serie editada en el seno de una universidad, un centro de investigación, una sociedad científica o por uno o varios profesores universitarios, sin subordinación a empresas o entidades que puedan manosear los contenidos que la revista vaya a publicar. Será siempre universitaria o de investigación, como condición necesaria aunque no suficiente.
- Ha de ser ajena a los intereses del mercado, al no tener dependencia alguna de empresas que la editan, directamente o no, como fuente de su estrategia comercial. Por esa razón no llevan publicidad lucrativa "de mercado".
- Ofrece un contenido científico inédito y original 100% o cercano, si dejamos de considerar propio convocatorias de congresos, *call for papers* o textos semejantes.

- Con capacidad de acoger los mejores artículos (y reseñas), sin detenerse a favorecer los que benefician intereses comerciales o hayan sido preparados por encargo, como un escalón más de una campaña de promoción de intereses o servicios o productos mercantiles, empresariales, industriales o comerciales.
- Ser homologable al resto de las revistas científicas, porque cumple con los requisitos exigidos por los controles (y autocontroles) de calidad, de modo que la comunidad académica la acepte como tal revista científica y no esté cuestionada por la procedencia de sus fondos de supervivencia o por la presencia de personas ajenas a la academia en sus diversas juntas, sin imputados por corrupción en ninguno de sus comités. (En determinados países donde la corrupción campa a sus anchas, esta condición parece inexcusable...)
- Cumple con toda contundencia con sus fechas de salida; publica por encima de un número mínimo de artículos (no menos de 20 al año – 100 en cinco años) y en un tiempo prudencial se posiciona en diversos índices y bancos de datos, como garantía de su calidad creciente y sin mediar negociación económica o política para lograr esa situación. Ejemplo de negociación política, la de FECYT, Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología, ante Thomson Reuters y su WoS o WoK [11], el antiguo ISI de Garfield, creador del JCR, ante el que se postran las administraciones científicas, como los gobiernos hacen ante las 'agencias de calificación económica' o de ratings. Como señala Siqueira Bolaño "o Estado nacional se debilita frente a capital globalizado" [12], en este caso, materializado en las grandes multinacionales del sector que venden un producto ajeno, que son las revistas que contienen artículos de otros que no intervienen directamente en los beneficios de ese capital globalizado que señala el autor brasileño.
- Tener como misión primera el servicio a la comunidad, de manera no endogámica, y tratar de ser útil para expandir el nuevo conocimiento que se investiga en el campo del saber en el que opera.

En el apartado anterior hemos intentado una aproximación hacia una teoría de qué es una revista científica. Según Maxwell McCombs,

"Es raro que las teorías surjan ya completamente perfiladas. Lo normal es, en cambio, que arranquen con un conocimiento sucinto y que luego las vayan pormenorizando y elaborando, a lo largo de muchos años, diversos exploradores e investigadores de su terreno intelectual". [13]

Si los principales contenidos de un journal son sus artículos, en primer lugar, y si se ha de exigir que los manuscritos que se desean publicar hayan de ser originales e inéditos, es fácil deducir que el mayor porcentaje del contenido ha de ser nuevo –parece una perogrullada– y no textos repicados desde otras fuentes o soportes.

Así y todo, y como muestra de la arbitrariedad de este mundillo de las revistas científicas [entrenadores de boxeo que nunca han subido a un ring] nos encontramos con singularidades como el de la revista valenciana *L'Atalante, Revista de Estudios Cinematográficos* [14], editada por la [Asociación Cineforum L'Atalante](#). Esta revista ha logrado entrar en los índices de la multinacional Thomson Reuters, a pesar de la baja tasa de textos originales (y de su juventud). Lo dicen [en sus páginas](#): "Al menos el 40% de los documentos publicados son artículos originales" [16], lo que no ha sido impedimento para figurar en "Arts and Humanities Citation Index® y en Current Arts and Humanities®, de Thomson Reuters (Filadelfia, EE.UU.)", aunque no aparecen en la tabla española de impacto de revistas de Ciencias Sociales, In-RECS, ni tampoco en la de Ciencias Humanas, [In-RECH](#), donde, entre otras, figuran las divisiones de Historia del Arte y de Bellas Artes, en cualquiera de las cuales podría figurar una revista de cine, como están *Ikusgaiak*. Cuadernos de Cinematografía y *Scope*. Estudios de Imagen (éstas, en la división de Historia del Arte) además de *Secuencias*. Revista de Historia del Cine y Archivos de la Filmoteca. Revista de Estudios Históricos sobre la Imagen (ambas en la sección de Bellas Artes). Todo un récord: diez años de vida; 40% de contenido original, no hay noticias de su factor de impacto y ya han hecho cumbre. ¡Genial! [15] Para que no quede mayor duda de semejante misterio, figura en el cuarto o último cuartil de Google Scholar Metrics, en el puesto 198, empatada con la revista *Secuencias*. Revista de historia del cine, ambas con un índice H5 de 2. Este índice H5 de 2 de la misteriosa revista-revelación *L'Atalante* significa que en los últimos cinco años (2007, 2008, 2009, 2010 y 2011) ha logrado, como mayor éxito, que dos artículos hayan logrado dos citas. Con semejante éxito, la revista-misterio ha hecho cumbre y entrado en dos de los grandes escaparates de la multinacional Thomson Reuters. ¿No es misterioso?

Es un caso típico de la casa por el tejado, lo que no deja de ser cuanto menos curioso: en el sitio de MIAR [17], las fichas de cada revista tienen cuatro estadios, según lugares donde la publicación está registrada o referenciada: bases de citas, 4 (el tejado); bases multidisciplinares, 9; bases especializadas, 32 y bases de sumarios y repertorios, 5, donde se reflejan Dialnet, Latindex, Ulrich's... (los cimientos).

Por lo general, las revistas suelen estar con presencia en los cimientos; después empiezan a figurar en alguna de las 32 bases especializadas, ascienden a alguna de las nueve bases multidisciplinares y, por fin, podrán llegar a la zona de las cuatro bases de la cumbre, las bases de citas. Más allá de que a pesar de ser revista de cine no aparece en el listado de las revistas de Comunicación de MIAR, como Archivos de la Filmoteca (décimo lugar, con un ICDS de [4.380](#)) e *Ikusgaiak*. Cuadernos de Cinematografía (puesto 14, ICDS de [3.947](#)). Una y otra, trabajando en los cimientos, sin haber hecho cumbre, pero en las dos ocasiones con un ICDS superior al de esta revista ¿fantasma?, que tiene un registro ICDS de [3.500](#)... y, como ya vimos, dos citas en los últimos cinco años.

El ICDS, Índice Compuesto de Difusión Secundaria, se calcula dando valor a cada presencia por segmentos de tabla [18]. Por lo general, las revistas mejor posicionadas tienen un ICDS, reflejadas en el segmento-tejado, suelen tener un registro superior a 9. Las tres mejor situadas en Comunicación tienen estos tres ICDS: 9.898, 9.801 y 9.676. No sucede con esta extraña revista de tanto tejado, y un ICDS de 3.500, como la que ocupa el lugar 22 en la tabla de Comunicación, que no está marcada en ninguna de las tres bandas superiores de MIAR, pero la que nos ocupa está en lo más alto. Cuanto menos, chocante.

Curioso que no aparezca en el 'ámbito' de Comunicación, pero sí en el 'campo académico' de Cine y Comunicación Audiovisual, donde figuran solo nueve revistas, dos de las cuales están en ambas listas. En la de Cine, esta revista-cumbre aparece en la mitad de tabla. Otra incoherencia llamativa.

Si los estudiosos y controladores de la calidad de las revistas miden ésta por la "internacionalidad" de los contenidos, no es de extrañar que una revista de cine sea la más universal, por aquello del cine de Hollywood. Muy científico... Es un éxito grande estar en un índice de la multinacional Thomson Reuters... aunque no aparezca en el índice español de Comunicación ni en el de [Ciencias Humanas / Bellas Artes](#), donde figuran –como quedó dicho– revistas científicas de cine, como *Secuencias*. Revista de Historia del Cine; *Archivos de la Filmoteca*. Revista de Estudios Históricos sobre la Imagen; *Cuadernos Cinematográficos*; *Ikusgaiak*. Cuadernos de Cinematografía; *Latente*. Revista de Historia y Estética del Audiovisual; *Metakinema*. Revista de Cine e Historia y *Scope*. Estudios de Imagen. Más

misterios en este mundillo de la comunicación científica.

¿O estamos en el campo de la arbitrariedad? Otro caso del desafuero con el que se encuentran los editores vocacionales, asombrados ante situaciones tan curiosas y principescas.

Y ya que hablamos de situaciones ¿escandalosas?, veamos otra, esta vez de la mano de FECYT, Fundación Española de Ciencia y Tecnología, y la citada revista económico-empresarial del Banco de Santander, la misma entidad que con tanta generosidad y cinco millones de euros apoyó un proyecto abortado de competencia con el EC3 de la Universidad de Granada [19], que iban a llamar I3C [20], con garantía plena de confusión (EC3 – I3C): en 2010, cuando la generosa donación, la FECYT distinguió la revista del patrón bancario con su 'diploma de excelencia'. En la [clasificación de 2009 del índice de impacto español](#), que apareció en octubre de 2010, figuraba en el puesto 46, del tercer cuartil [21], con un factor de impacto de 0.061. Algo más arriba, la revista de la Universidad del País Vasco Cuadernos de Gestión estaba en la cuartil anterior, el segundo, en el puesto 38 [38 frente al 46, una diferencia a favor de la revista vasca de 8 puestos], con un índice de impacto de 0,061 [0.088 frente a 0,061, una diferencia de 0,027 a favor de nuevo de la revista de la UPV].

Así y todo, a la revista vasca la rechazaron en la evaluación de la FECYT [22], con el argumento, en principio, válido, de que no estaba muy bien situada en el índice de impacto (puesto 38, segundo cuartil), pero en la misma evaluación fue aprobada la revista que en portada de su web lleva por duplicado el logotipo del Banco de Santander, a pesar de estar en un cuartil inferior y distanciada de la anterior, con un factor de impacto igualmente menor. ¿Arbitrariedad se llama esa figura?

¿Habrá alguna explicación científica a semejante diferencia de trato? Tal vez ésta: FECYT es una herramienta gubernamental de mera propaganda en el terreno científico y tecnológico, creada por el gobierno conservador de José María Aznar y manejada políticamente, como suele hacerse con la presidencia del CSIC, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, en crisis político-científicas. Así fue, por ejemplo, cuando los vertidos tóxicos de la multinacional sueca Boliden en el Parque Nacional de Doñana e intervinieron portavoces del CSIC (C. Nombela, R. Román...) para quitar hierro al asunto, sin lograr con ello reducir la contaminación, que era el problema, y sin ser expertos en la materia de la que hablaban, esas cosas que suceden cuando la prensa es sumisa y abandona la crítica.

Arbitrariedad, dijimos. Por eso, la razón de ser de la primera de las reivindicaciones del Encuentro Iberoamericano de Revistas Científicas, celebrado en la Universidad de La Laguna (Tenerife, julio de 2011):

“Que las comisiones que evalúen las revistas científicas de Comunicación las conformen expertos en cada una de las áreas de conocimiento de la Comunicación Social: área 675 “periodismo” y 105 “comunicación audiovisual y publicidad” [24]. Que la actuación de las comisiones sea transparente y sus resoluciones o decisiones motivadas, siempre fundamentadas en los ítems objeto de valoración. Que los baremos sean claros, concretos, alcanzables, adecuados y específicos para la ciencia de la comunicación”.

Se pedía, pues, transparencia, motivaciones, fundamentación, claridad, concreción y pertinencia de los evaluadores. Poca cosa.

Por la misma razón, otra de las reivindicaciones de aquel encuentro de editores fue subrayar lo sensato que sería dar apoyo a plataformas ya existentes, EC3 (Universidad de Granada), que venían demostrando su validez desde su condición de ente público, que darlo a aventuras que a la postre han quedado en nada, I3C:

“- Articular procedimientos que integren los diferentes criterios de calidad que se utilizan para evaluar revistas científicas y eviten la convivencia en paralelo de modelos demasiado próximos. Reclamamos claridad, simplicidad, transparencia e integración en los procesos de acreditación de la calidad de las revistas. Pensamos que es más oportuno consolidar, financiar, redimensionar y potenciar iniciativas que ya tienen experiencia, recorrido y han manifestado su utilidad en la medida de la calidad (Índice de Impacto que se realiza en la Universidad de Granada por el equipo de investigación Evaluación de la Ciencia y de la Comunicación Científica -EC³-) que impulsar un nuevo índice (I³C).”

[1] Algunos ejemplos: “[La investigación sobre comunicación en España: Evolución histórica y retos actuales](#)”, M Martínez Nicolás; “[La temática de Revista Latina de Comunicación Social, 1998-2008](#)”, R Colle; “[La investigación sobre Comunicación en España \(1998-2007\): Análisis de los artículos publicados en revistas científicas](#)”, M Martínez Nicolás & E Saperas; “[Estudio cuantitativo de los procesos de comunicación de Revista Latina de Comunicación Social \(RLCS\), 1998-2009](#)”, M López Ornelas.

[2] En esta definición y para evitar redundancia, el uso que aquí se hace de la voz 'publica' hubiera estado mejor si se hubiera cambiado por 'transmite' o 'difunde'.

[3] “[Definiciones de revista científica y prepublicaciones](#)”, según la ALA, American Library Association.

[4] [M Aguirre Cabrera, CONICYT – Chile](#)

[5] La cursiva es nuestra

[6] Negrita en el original tomado de la página, “[Misión](#)”

[7] Comprobación hecha el 29 de enero de 2013, días después de que apareciera la noticia de que este integrante de la *casa real* se había caído del sitio web de La Zarzuela, pero era mantenido en la web de patronos de la editora de *Telos*, junto a Francisco de Bergia González, Luis Lada Díaz y Francisco Javier de Paz Mancho. Y en lo alto de este escalafón, César Alierta Izuel, presidente y patrono nato, y Javier Nadal Ariño, vicepresidente ejecutivo y 'patrono nato'.

[8] [Actas del III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social](#) (Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de La Laguna, diciembre de 2011)

[9] E Dans (2010): *Todo va a cambiar. Tecnología y evolución: adaptarse o desaparecer*. Barcelona: Deusto.

[10] Editorial Espasa, 2012.

[11] WoS, Web of Sciences; WoK, Web of Knowledge, entre otras ofertas de costes millonarios.

[12] CR Siqueira Bolaño (1999): “[Sociedade da Informação: reestruturação capitalista e esfera pública global](#)”, Revista Latina de Comunicación Social 15

[13] M McCombs (2004): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós, p. 13

[14] En 2012, con 14 números en la calle. Su primer número salió en 2003. Tiene, pues, diez años. ISSN 1885-3730.

[15] Ficha de esta revista en [MIAR](#)

[16] En abril de 2012, Google Scholar empezó a publicar el resultado de su métrica aplicada a revistas científicas, [Google Scholar Metrics](#), GSM, que será la norma futura en este tipo de mediciones científicas. La primera actualización lleva fecha del 15 de noviembre de 2012: está en su tiempo de incunable [primeros tiempos de un avance científico o técnico, acepción derivada de los tiempos aurorales de la imprenta *gutenbergiana*, segunda mitad del siglo XVI]. En el campo de la Comunicación califica 216 revistas de todo el mundo. El primer cuartil llega al puesto 53, con un índice H5 de 14; el segundo cuartil, hasta el puesto 108, con un H5 de 7 (donde aparecen las tres primeras revistas en lengua castellana, con índices de 10 y dos de ellas de 9, en los puestos 86, 90 y 93); el tercer cuartil llega hasta la posición 161 y un H5 de 4 y se cierra el listado, hasta el puesto 216, con un H5 de 1. Hay 23 revistas españolas, lo que supone el 10,65%. Solo entran revistas que en los cinco años de control han publicado un mínimo de 100 artículos y recibido al menos una cita: se han quedado fuera 128 revistas de Comunicación de diferentes países, que publican menos de 100 artículos en los cinco años de control o no han recibido cita alguna. Por esta razón, por ejemplo, se queda fuera del nuevo listado de calidad la revista de la Universidad de Navarra *Comunicación y Sociedad* (pero sí está la homónima mexicana de la Universidad de Guadalajara, en el puesto 130, con un h5 de 6). Este revista en el control de 2010 de In-RECS, donde se analizan los años 2008, 2007 y 2006 aparece con 45 artículos y en el de 2011 (años controlados, 2009, 2008 y 2007), con 56 artículos. Las dos primeras de ese año de control lo hacen con 140 y 166 artículos, respectivamente.

[17] La base de datos MIAR, realizada en la Universidad de Barcelona, pretende reunir con una periodicidad anual información clave para la identificación y la evaluación de revistas. A tal efecto, se vinculan mediante el número de ISSN conjuntos seleccionados de revistas establecidos según grandes ámbitos científicos –subdivididos a su vez en campos académicos más específicos– con una batería de bases de datos de indización y resumen, repertorios de revistas y catálogos de bibliotecas. Además, siempre que se dispone del enlace web, se ofrece el vínculo a los datos actualizados en las páginas web de los editores e instituciones responsables de los repertorios y fuentes contemplados en la ficha de identificación y evaluación de revista establecida en MIAR. Fuente: [la web de MIAR](#).

[18] [MIAR](#) explica el ICDS: “La presencia de la revista en un conjunto más reducido de repertorios temáticamente escogidos según los ámbitos científicos permite establecer un índice de difusión de la publicación, el ICDS (Índice Compuesto de Difusión Secundaria) que se ofrece como un elemento más para la elaboración de rankings de publicaciones de cara a su evaluación cualitativa por expertos. En el cálculo del ICDS se prima especialmente la difusión internacional de la revista en base de datos especializadas y en los índices de citas del ISI (Institute for Scientific Information). Para los casos en los que no se observa presencia en bases de datos internacionales, se puntúa complementariamente con otros repertorios de ámbito hispano como el catálogo de Latindex. Finalmente se completa el cálculo incorporando los datos pervivencia para los títulos presentes en el repertorio Ulrich's periodicals directory.”

[19] EC3, Evaluación de la Ciencia y de la Comunicación Científica, de la Universidad de Granada.

[20] I3C, Índice Iberoamericano de Investigación y Conocimiento (Indole 3 Carbinol, si se busca en Google: no hay sitioweb de ese índice, que partió con un presupuesto de cinco millones de euros).

[21] Los [cuartiles](#) son los valores de la variable que dividen los datos en cuatro partes, Q1, Q2, Q3 y Q4, iguales o cercanos a segmentos de 25%.

[22] Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología, dependiente del ministerio. Ver: “[FECYT, no, gracias](#)”

[23] Ver C Elías (2002): “Periodismo especializado en medio ambiente: el caso Doñana como paradigma de manipulación informativa”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 47, visible en este [enlace](#) / *Revista Ámbitos* (Universidad de Sevilla), Nº 6. 1er Semestre de 2001 (pp. 279-303).

[24] [Declaración](#) conjunta de editores de Revistas Académicas Científicas

[25] Aquel encuentro dio lugar a tres libros de la colección *Cuadernos Artesanos de Latina*: # 22: - [Elegir dónde publicar. Transferencia de la investigación en el área de Comunicación](#) - J Herrero (Coord.) - Universidad de Salamanca / Prólogo de M Humanes (URJC, Madrid) ; # 17: - [Bases de datos y citación. Reflexiones compartidas en el I Encuentro de Revistas Científicas](#). Tenerife, julio 2011, de V Tur Viñes (Coord.) - Universidad de Alicante y # 16: - [Los editores de revistas académicas de comunicación. Reflexiones compartidas en el I Encuentro de Revistas Científicas](#). Tenerife, julio 2011, de V Tur Viñes (Coord.)

DIGITAL VS. PAPEL

Hace pocos años, en tiempos de mayor incultura científica y editorial, en algunas instancias de evaluación no se tenía en cuenta las revistas digitales. La desaparición de aquella situación ha ido poco a poco haciendo desaparecer la discriminación, hasta abandonar la consideración por el soporte en el que se presenta el trabajo en la revista, sea analógico, sea digital. Eran tiempos en los que se confundía el soporte con lo soportado, gente que entendía que el mejor vino era el que se vendía en la botella del mejor vidrio... Según esa forma de ver, las mejores revistas son las impresas a todo color y en papel cuché. Hola, por ejemplo.

La diferencia entre un soporte y otro, por el contrario, va a ser considerable para la mejor visibilidad y más amplia difusión de los contenidos:

- La revista digital puede vivir sin apenas gastos materiales, más allá del coste de la preparación de los originales para su presentación (de haberlo), el pago del dominio, su registro, el envío de los contenidos al servidor remoto y el abono del alojamiento virtual.
- Puede ser visitada durante las 24 horas del día, los siete días de la semana, aunque sean festivos, mientras que de la revista analógica hay que disponer de un ejemplar en mano, propiedad de su lector (poco frecuente) o depositado en una hemeroteca científica. En este segundo caso, la publicación sólo está disponible el tiempo de apertura de la biblioteca, lo que impide su consulta al menos dos de los siete días de la semana. Además, como la norma es que solo haya un ejemplar por colección, será imposible consultar si la tuviera otro lector.
- La digital –sea revista o “periódico”– es de consulta universal, mientras el papel lo será solamente en la biblioteca adonde llegó físicamente el ejemplar.
- La revista en soporte papel tiene unos gastos muy altos de distribución y son muchos los ejemplares que no llegan a salir de la sede de la revista y acaban enviados al reciclaje [26]. Hablamos de derroche. Las revistas en soporte papel son un despilfarro, además con menos visibilidad que las revistas digitales; o sea, dispendio doble de recursos públicos. Son tiempos del adiós al papel. El argumento de que la revista en papel sirve para los intercambios de publicaciones es cada día menos sostenible, cuando la proporción de digitales es mayor cada día [27].

Son notables las diferencias a favor de la revista digital, de ahí que en la actualidad casi todas las cabeceras científicas que han nacido en

papel hayan migrado a la web y las nuevas solo lo han hecho en versión digital [28]. Es el caso de la [Plataforma Latina de Revistas de Comunicación](#): todas son nativas digitales.

[26] Durante su intervención en el Simposio de Revistas de Letras (Universidad de La Laguna, noviembre de 2012), el director del Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Santiago de Compostela, Juan L. Blanco Valdés, informó de que habían enviado al reciclaje 38.000 ejemplares de revistas sin distribuir. La USC edita 30 revistas científicas.

[27] Vid. JM de Pablos, C Mateos y A Ardèvol (2012): “[Adiós al papel, también para las revistas científicas](#)”

[28] En Redalyc, las revistas digitales de nuevo ingreso eran el 1,7% en 1999; en 2012 fueron el 25%. Vid. JO Alonso Gamboa y FR Reyna Espinosa (2012): “[La revista académica iberoamericana en Latindex. Una visión de 15 años](#)”

¿PARA QUÉ LA REVISTA CIENTÍFICA?

A veces, fueron editadas para que publicara el personal de la entidad editora. En otros momentos, para que los directivos universitarios pudieran hacer un regalo a sus visitantes. En otras ocasiones, como una iniciativa personal de quien por la vía académica normalizada no lograba sus aspiraciones o era un intruso en determinada área de conocimiento de sus ilusiones, en la que nunca tuvo acceso. Es la ‘revista intrusa’ o el ‘editor intruso’, como si alguien de Comunicación emprendiera un proyecto de revista científica de Agricultura... porque de pequeño veraneaba en el campo.

La aparición del concepto “endogamia científica editorial” ha empezado a desaconsejar que se publique en la “revista de la casa”: si ese trabajo va a una evaluación de sus autores, se declarará inválido por endogámico. Al menos así lo exigen a las revistas pequeñas o independientes; no sucede tal cosa con las publicaciones de grandes multinacionales que publican diferentes revistas, que se apoyan unas a otras, con una endogamia enmascarada, y siempre tienen citas, aunque en ellas prevalezca la endogamia científica editorial técnica pero no visible. Y permanecen siempre en lo más alto de los rangos científicos: es el homenaje a la arbitrariedad.

Castillo, Rubio y Almansa, en su estudio de las revistas de mayor impacto en el antiguo ISI, muestran que las revistas estudiadas “están gestionadas por grandes grupos empresariales, lo que aporta estructuras comunicativas fuertes, aplicaciones informáticas potentes en la gestión digital de las revistas y un soporte económico significativo. Es decir, las revistas se gestionan por profesionales y son un negocio económico.” Entre esos grupos, las multinacionales Sage, Routledge-Taylor and Francis, Wiley-Backwell Publishing ..., hasta seis, con el 91,12% del conjunto, más una fundación y una universidad. No es el caso español ni de lejos, donde las revistas son editadas por departamentos o facultades universitarias, por alguna asociación o quien por la vía académica normalizada no lograba sus aspiraciones o era un intruso en determinada área de conocimiento de sus ilusiones, en la que nunca tuvo acceso. Es la ‘revista intrusa’ o el ‘editor intruso’, como si alguien de Comunicación emprendiera un proyecto de revista científica de Agricultura... porque de pequeño veraneaba en el campo.

La aparición del concepto “endogamia científica editorial” ha empezado a desaconsejar que se publique en la “revista de la casa”: si ese trabajo va a una evaluación de sus autores, se declarará inválido por endogámico. Al menos así lo exigen a las revistas pequeñas o independientes; no sucede tal cosa con las publicaciones de grandes multinacionales que publican diferentes revistas, que se apoyan unas a otras, con una endogamia enmascarada, y siempre tienen citas, aunque en ellas prevalezca la endogamia científica editorial técnica pero no visible. Y permanecen siempre en lo más alto de los rangos científicos: es el homenaje a la arbitrariedad.

Castillo, Rubio y Almansa, en su estudio de las revistas de mayor impacto en el antiguo ISI [29], muestran que las revistas estudiadas “están gestionadas por grandes grupos empresariales, lo que aporta estructuras comunicativas fuertes, aplicaciones informáticas potentes en la gestión digital de las revistas y un soporte económico significativo. Es decir, las revistas se gestionan por profesionales y son un negocio económico.” Entre esos grupos, las multinacionales Sage, Routledge-Taylor and Francis, Wiley-Backwell Publishing..., hasta seis, con el 91,12% del conjunto, más una fundación y una universidad. No es el caso español ni de lejos, donde las revistas son editadas por departamentos o facultades universitarias, por alguna asociación o es fruto del empeño personal de un editor. Ni una sola revista española de Comunicación está planteada como negocio; diferente es el campo de la Documentación, ámbito donde existe la figura de la empresa multinacional que invierte en publicidad para vender sus productos a las bibliotecas, visto que los bibliotecarios son lectores de ese tipo de publicaciones científicas y quienes han de decidir el destino de los presupuestos que gestionan.

No vale, pues, la revista para acoger artículos de autoría cercana. El journal se transforma en un servicio a la comunidad, pero queda fuera la entidad que la financia.

La revista científica ha de garantizar que sigue los parámetros de control de calidad exigido por instituciones de verificación, en ocasiones llevadas por personas que no han editado revistas, que es lo más cercano al entrenador de fútbol (y disculpas por el ejemplo tan poco académico, pero ilustrativo) que nunca hubiera jugado a la pelota.

El *journal* ha de garantizar el control de calidad de lo que publica, y no se asegura sino con la doble revisión, sin que los revisores tengan noticia de los firmantes del trabajo sometido a arbitraje. Es el sistema llamado de ‘doble ciego’.

Esto significa que los árbitros de manuscritos originales actúan como controladores de la calidad y, en consecuencia, van imponiendo ese atributo al área de conocimiento en la que operan. Para ello, los editores han de preparar los originales recibidos sin huella de sus firmantes, lo que a veces es difícil de lograr, sobre todo si el autor escribe algún pasaje en primera persona, de singular o plural, o se sobreexponen en la bibliografía.

Una dificultad en este apartado es, a la vez, encontrar al revisor adecuado y poderlo elegir de un grupo que no sea tan pequeño que fuera fácil saber quién lo firma, aunque la autoría no figure en el original enviado a evaluar.

Esta selección del revisor implica disponer de una gran variedad de *referees* y del tiempo preciso para dar con la persona adecuada. La revista que se ve sobresaturada, atascada de mecanoscritos en busca de publicación, va a tener mayores dificultades para lograr ese propósito con naturalidad.

El problema del rebosamiento obedece a un normal incremento de la cultura editorial de un determinado grupo científico: antes de enviar su artículo hacen los cálculos pertinentes y saben con toda seguridad en qué cabecera va a tener mayor 'rentabilidad' académica. De ese modo, la cursiva 'más rentable' (revistas fuente [31], revistas del primer cuartil [32]) se ve colmatada de artículos, sin que tenga cabida para todos y se encuentre en la necesidad de encontrar fórmulas para salir de ese atasco... si lo consigue.

¿Y por qué esas congestiones de originales? Es evidente que porque recibe más de lo que puede publicar. En principio, ése es un argumento válido para una cabecera analógica: tiene y depende de un presupuesto y añadir más páginas de las programadas implica aumentar la factura —que siempre ha de tener pagada antes del siguiente número—, esto es, salirse del cálculo de gasto y ésa es una vía cegada de antemano, imposible de seguir. Sucede en las revistas en papel. El número de artículos publicados no suele presentar grandes altibajos, suele ser constante [33].

En estas revistas impresas, el número de artículos siempre es limitado, inalterable del señalado en el proyecto. ¿Es el mismo caso el de las revistas digitales? ¿No habíamos quedado que en la publicación digital se había terminado el problema de la falta de espacio para publicar materiales que no caben en las publicaciones clásicas en soporte papel? (De Pablos, 2001: 113) Cierto. Una publicación telemática, sea un digital periodístico sea una digital científica, tiene posibilidades técnicas de publicar todo lo que pretenda, sin limitación de espacio [34].

No hay comparación alguna: una digital puede publicar todo lo que desee si tiene suficiente espacio en el servidor remoto donde se aloje, si su editor y su equipo editorial tienen posibilidades para ser generosos en la presentación de textos publicados. Lo que sucede, lo que impide que fructifique el concepto liberalizador de la informática social, es que sobre el mundo de las revistas sobrevuela en todo momento una nube amenazadora capaz de originar categorías de calidad entre las distintas cabeceras. Es el 'factor de impacto' creado por Eugene Garfield, que limita de forma artificiosa la capacidad editorial de las revistas científicas en general, sean analógicas, sean digitales. Es una actuación en contra de los principios más elementales de la telemática, cuando ya todo el espacio es nuestro o lo tenemos a nuestra disposición, pero vetado. El incremento de artículos acogidos, con el sistema de medición actual, puede llevar a la ruina 'técnica' a la revista que hace mayor servicio a la comunidad científica, al acercar su índice de impacto a cero a medida que amplía el número de artículos publicados. De nuevo, el mundo, al revés.

Es el aspecto negativo del sistema de índice de impacto o factor de impacto (FI), tal vez el menos malo de los sistemas... mientras no había otro, hasta el año 2012, cuando nació Google Scholar Metrics, GSM, que todo lo puede cambiar, que parte de la idea del Índice H, de Jorge Hirsch, de la Universidad de California, de evaluar personas (y revistas) de acuerdo con el número de trabajos por citas recibidas, igualando trabajos citados y citas [35]. Es una nueva transición de ésas que hacen avanzar al mundo (de la carreta al tren... de la vela al motor). Hoy, de Garfield a Hirsch; hace poco, era de McLuhan a Negroponete [36], como antes había sido de Gutenberg a Internet [37].

Ésa es parte de la perversión del cálculo del índice de impacto. Se halla dividiendo el número de citas que en un año se hace a los artículos de las revistas de los dos o los tres años anteriores [38] por el número de unidades publicadas en ese tiempo de estudio, principalmente el número de artículos que potencialmente dan lugar a citas. Según ese sistema, con igual número de citas, quedará mejor situada la revista que haya publicado menos o, por el contrario, la revista que difunde mayor número de artículos —o sea, que hace mayor servicio a la comunidad a la que sirve— se ve penalizada al hallar la división entre citas e ítems publicados. De nuevo, el mundo al revés; nuevamente, el impulso al conservadurismo editorial científico.

Con esto de las citas y su valor pasa igual que con aquella ley electoral, según la cual un partido consigue diputados por 80.000 votos y otro necesita 800.000 para obtener el mismo resultado. Las papeletas, en ese caso, no valen lo mismo según el partido de que se trate. Sucede igual con las citas. Si nos fijamos en las revistas de Economía, podemos ver esta diferencia del valor de las citas (tabla 1), cómo la revista que publica más sale penalizada.

Tabla 1 – Diferente valor de las citas, según el número de artículos publicados

Revista	Año 2011	Año 2010	Año 2009
<i>Spanish Economic Review, SER</i>	Citas/artículos = FI	Citas/artículos = FI	Citas/artículos = FI
	31/29 = 1,069	31/45 = 0,689	25/46 = 0,543
	Valor de 1 cita 0,0344838	Valor de 1 cita 0,0222258	Valor de 1 cita 0,02172
<i>Estudios de Economía Aplicada, EEA</i>	Citas/artículos = FI	Citas/artículos = FI	Citas/artículos = FI
	42/127 = 0,331	35/126 = 0,278	14/135 = 0,103
	Valor de 1 cita 0,0078809	Valor de 1 cita 0,0079428	Valor de 1 cita 0,0073571
Valor comparado	+4,3711243 SER > EEA	+2,7982323 SER > EEA	+2,9522502 SER > EEA

Fuente: datos extraídos de In-RECS / Economía (EC3 – UGR)

Se aprecia (2010 y 2011) que la revista que tiene más citas [42 y 35 frente a 31 y 31] no es la que tiene mejor índice de impacto y, además, cómo en dos revistas el peso de cada cita es diferente, hasta el punto de que en los tres años estudiados la cita vale 4,37 veces más en una revista que en otra (2011); 2,80 (2010) y 2,95 (2009): es el sistema ideado por Garfield, ya obsoleto y superado por GSM, de ahí las críticas que recibe el índice de impacto, con toda razón y de forma muy sensata, que existía sin alternativa visible, hasta la auroral irrupción de Google Scholar Metrics en 2012, hace nada, todavía en la cuna, lo que ha servido para hacer más de un chascarrillo... basado en el nerviosismo que genera el nuevo servicio académico de Google.

No obstante las ocurrencias, hay especialistas que al comparar los resultados de una y otra aplicación —así se ha dicho de las revistas españolas de Comunicación, por ejemplo— comprueban resultados muy semejantes, lo que valida el nuevo método, que es abierto y transparente, neutro y objetivo.

Se distingue en la tabla 1 cómo la revista con mayor productividad o servicio a la comunidad es penalizada y sus citas valen 2 o 4 veces menos que en la publicación que publicó menos artículos y tuvo menos citas. El sistema de índice de impacto origina incluso —como

sucede en los años 2011 y 2010 de la tabla 1– que una revista con más citas queda relegada ante otra, si la que recibe más citas ha publicado más artículos. La llegada de Google Scholar Metrics puede acabar con esa situación tan particular. De ahí las primeras críticas que ha recibido. Michael O’Neill, del University College Dublin, ha hecho comparaciones en el campo de la inteligencia artificial y computación, con esta conclusión. ["A positive correlation is found between the h5-index \(2007-2011\) and impact factors \(2010\) \[...\]"](#).

Ese problema no se presenta en Google Scholar Metrics. Para empezar, quedan fuera de su catalogación las revistas que no llegan a publicar un mínimo de 100 artículos en cinco años o no reciben cita alguna en ese tiempo. Si la primera de las revistas de la tabla 1 en los grupos de tres años que intervienen en el cálculo de su índice de impacto presenta como haber 31, 31 y 25 artículos en diferentes trienios, difícil será que en cinco años haya llegado a 100 si en tres no ha pasado de 31, de ahí que no es de extrañar que no figure, no aparezca, en el listado de revistas de Economía de GSM.

No obstante y por error, al no tener en cuenta la exigencia de 100 artículos mínimo en cinco años, se ha llegado a calcular el índice H de *Spanish Economic Review* como un H Index de 19 y un G Index de 28. Mas, en el [Top publications - Spanish](#) no figura ninguna revista con h5-index de 19. La que ocupa el puesto 5 (Revista de educación) tiene 20 y la del puesto siguiente (Medicina clínica) tiene 18.

De hecho, en ese Top publications – Spanish no figura la revista SER. Ese aparente error de cálculo se aprecia en otros textos que presentan listados hechos “tomando Google Scholar como fuente para su cálculo”, pero sin tener en cuenta el detalle de los 100 artículos publicados en cinco años. O sea, no tomando GSM como medidor, sino haciendo una interpretación muy libre y sesgada de la teoría de GSM.

Google Scholar Metrics, pues, aparece como normalizador del ambiente, señala qué revistas hay que tener en cuenta y cuáles son minoritarias, son revistas menores o para-revistas. La citada revista de Economía no figura en el listado de las 100 revistas más destacadas en lengua española, entre las cuales hay algunas con título en inglés, como *International journal of clinical and health psychology* y *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*. GSM como alternativa llama a la puerta. ¿El problema? Que viene con las manos vacías, no trae facturas millonarias que cobrar... Y si no hay cobros que hacer, el ambiente siempre va a estar menos enrarecido, no podrá aparecer la figura medieval de la “encomienda”, con sobres o sin sobres, que en el caso español ha sido una forma de dilapidar dinero público en años muy recientes.

Esa clarificación del panorama hará viable que revistas que tienen una buena posición en In-RECS no aparezcan en Google Scholar Metrics, porque GSM no penaliza la mayor productividad. Véase la tabla 2, de otra revista de Economía ignorada en el top 100 de las revistas científicas en lengua [española](#) (incluidas revistas en español de América Latina), pero que en In-RECS está bien posicionada.

Tabla 2 – Revista bien posicionada en In-RECS ignorada en EGM

Revista	Año 2011	Año 2010	Año 2009	Año 2008
<i>Moneda y Crédito</i>	# artículos	# artículos	# artículos	# artículos
	30	29	32	32
	FI = 0,233	FI = 0,172	FI = 0,312	FI = 0,343
	Posición y cuartil	Posición y cuartil	Posición y cuartil	Posición y cuartil
	17ª – 2Q	23ª – 2Q	8ª – 1Q	5º – 1Q

Fuente: datos extraídos del In-RECS / Economía, de la Universidad de Granada.

Esta revista, que en los últimos cuatro años de la tabla ha permanecido en el segundo o el primer cuartil, con muy baja productividad, queda fuera del listado de GSM. Es otro caso de para-revista, de mini-revista, de publicación conservadora en cuanto a la publicación de artículos. Ésa ha sido una estrategia para hacer que las citas recibidas valgan más, mucho más, que las citas de revistas abiertas al servicio a la comunidad académica, las de mayor productividad y servicio. Una revista conservadora (llegada la hora de decidir el número de artículos a publicar) no podrá ser incluida en la corriente principal, no podrá aparecer en los listados de GSM.

El conteo de las citas: Para lograr las citas, los creadores de los índices de impacto tienen acceso a grandes bancos de datos donde en la práctica se incluye todo lo que se publica (es lo que se suele decir sobre este asunto); en el caso de cabeceras de Comunicación, el número de revistas es diferente, según la fuente con la que se trabaje. Así, para MIAR [40], son 344 las revistas de Comunicación, de ellas 31 españolas. Para Google Scholar Metrics, esa cifra se reduce a 216 (de ellas, 22 en castellano) [41], y son revistas que cumplen los dos condicionamientos lógicos que establece GSM: haber publicado un mínimo de 100 artículos en los cinco años analizados y haber tenido al menos una cita. Ese número señala que hay otras 128 revistas de Comunicación que en cinco años no llegan al mínimo de 100 artículos o no han recibido ni una cita, de las cuales nueve son en lengua castellana.

En el baile de cifras encontramos que para In-RECS, las revistas españolas de Comunicación eran 24 en 2010 y 21 en 2011; para DICE son 50. Y así. Ante ese aparente caos respecto al universo a estudiar, se ha ideado el concepto ‘revista fuente’: aquel pequeño grupo de revistas de calidad o de referencia donde se tiene calculado que originan el 80% de las citas de una división. Este número es variable y la inclusión en él implica validez académica de la revista llegada la hora de evaluar los artículos publicados en ella.

No siempre el conjunto de revistas fuente tiene equivalencia con el total de una agrupación por área de conocimiento. Así, en Ciencias Sociales, en la evaluación de 2010 (Tabla 3) se aprecia que no hay una paridad completa: Comunicación, con 19 revistas menos que Urbanismo (24 frente a 43) tiene, por el contrario, una revista fuente más; Economía y Educación tienen ambas 32 revistas fuente, pero la primera 30 revistas menos que Educación (136 frente a 166), mientras Antropología y Políticas tienen igual número de revistas fuente, pero diferentes sus correspondientes totales (46 y 59). ¿A qué se deben esta situación?: no todas las áreas tienen el mismo peso específico. En todo caso, al operar solamente con ese 80%, la labor se aligera, obteniendo no obstante resultados semejantes, que dan validez a la idea de trabajar solamente con ese grupo de revistas y no con la totalidad; mera economía de esfuerzo.

Tabla 3 – Relación de divisiones de Ciencias Sociales, según número total de revistas y cifra de revistas fuente

División	Número total de revistas	Número de revistas fuente
Antropología	46	9
Documentación	33	8
Ciencias Políticas y de la Administración	59	9
Comunicación	24	7
Economía	136	32
Educación	166	32
Geografía	51	13
Psicología	108	28
Sociología	82	16
Urbanismo	43	6

Fuente: Tabla creada a partir del In-RECS, 2010

A partir de los resultados según el impacto, se pasa a una clasificación que agrupa la totalidad de las revistas de un área de conocimiento en cuatro partes, llamadas 'cuartiles'. El cuartil no es justo la cuarta parte del número de revistas que hay en un apartado, aunque se aproxima, pues se crean de acuerdo al factor de impacto de las mismas y en el borde de un bloque de 25% puede haber empates. En la tabla 3 se deja ver la idea de que un aumento de nueve revistas de Comunicación –igualarse a Documentación, con 33– podría dar lugar a una revista fuente más, con lo cual se ampliaría el pequeño universo de revistas que con plena seguridad originarían éxito posterior a los artículos publicados.

En la tabla 4 vemos el número de revistas en los dos primeros cuartiles de Ciencias Sociales y el impacto de la última del primero y la primera del segundo, en 2010. Se aprecia disparidad en las cifras.

Tabla 4 – Revistas de los dos primeros cuartiles, 2010

División	# primer cuartil – impacto última	# segundo cuartil – impacto primera	Dif. Impacto	# total
Antropología	4-0,078	8-0,069	0,009	46
Documentación	3-0,500	4-0,220	0,180	33
Ciencias Políticas y de la Administración	7-0,149	13-0,127	0,022	59
Comunicación	4-0,213	8-0,174	0,139	24
Economía	22-0,190	43-0,172	0,018	136
Educación	21-0,196	37-0,185	0,011	166
Geografía	8-0,213	15-0,189	0,024	51
Psicología	14-0,545	27-0,353	0,192	108
Sociología	10-0,086	20-0,083	0,003	82
Urbanismo	4-0,160	7-0,125	0,035	43

Fuente: Tabla creada a partir del In-RECS, 2010

Mientras mayor es el volumen del primer cuartil, mayor es la importancia académica del grupo de revistas del que se trate (su universo es superior): Economía y Educación, con 22 y 21 revistas en el primer cuartil, tienen más peso específico que Antropología, Comunicación y Urbanismo, con solo cuatro revistas en el cuartil de cabecera.

Se aprecia igualmente que no hay una norma establecida y que el mayor o menor número de revistas en un cuartil va a depender del índice de impacto, que son los números con decimales que aparecen en las columnas centrales: el factor de impacto de la última revista del primer cuartil y el de la revista que encabeza el segundo cuartil. Estos decimales nos hablan del impacto global de las revistas de una especialidad: mientras la que cierra el primer cuartil de Documentación tiene 0,500, la primera de Antropología, la que encabeza el primer cuartil, tiene 0,235, menos de la mitad que la tercera de Documentación. Habla, además, de la diferente cultura editorial de los investigadores de unas materias y otras. El último cuartil es el más abundante de las diez divisiones de Ciencias Sociales, como se aprecia en la tabla 5, con muchas revistas que no alcanzan ni una sola cita, auténticas "revistas de salón", sin peso ni importancia o 'rentabilidad académica' para la comunidad a la que sirve, muy útiles, no obstante, para investigadores incipientes, sin experiencia científica editorial. Y necesarias por ello.

Tabla 5 – Revistas en cuarto cuartil y revistas con cero citas, 2010

División	En cuarto cuartil/total	Revista con cero citas	Orden
Antropología	34/46	29	6º
Documentación	23/33	19	8º
Ciencias Políticas y de la Administración	38/59	31	5º
Comunicación	11/24	7	10º
Economía	70/136	47	2º
Educación	100/166	77	1º
Geografía	24/51	16	9º
Psicología	63/108	47	2º
Sociología	50/82	37	4º
Urbanismo	31/43	29	6º

Fuente: Tabla creada a partir del In-RECS, 2010

De la tabla 5 se deduce la gran cantidad de revistas que nunca son citadas, en ocasiones por tratarse de revistas que no están en la

“carrera” de las citas, sobre todo institucionales, de agrupaciones profesionales o de asociaciones no académicas o porque no disponen de un contenido que llame la atención de investigadores que buscan referencias para soportar sus trabajos. Las de Comunicación forman el grupo de las más citadas, al estar a la cola de las no citadas.

Si entramos en el histórico de revistas de Comunicación, donde figuran 32 revistas registradas (algunas ya no se editan), encontramos tres que nunca han recibido citas. Y si se analizan año a año, se encuentran cosas curiosas: en 2004, la revista que encabezaba el índice lo hacía tras recibir una sola cita y 6 citas en total, distribuidas entre cuatro revistas de las 24 cabeceras de aquel entonces; más tarde, a medida que ha aumentado la cultura editorial de los investigadores, las citan han ido aumentando en Comunicación, de forma bastante esperanzadora, como se aprecia en la tabla 6.

Tabla 6 – Relación de citas en revistas de Comunicación, 2004-2011

Año	# citas 1ª posición	Total citas	Revistas citadas
2004	1	6	4
2005	6	12	6
2006	6	26	9
2007	12	38	11
2008	34	141	15
2009	116	297	19
2010	142	285	17
2011	54	237	20

Fuente: Tabla creada a partir del In-RECS, 2010

En 2008, por primera vez se superó el centenar de citas y en 2009 por primera vez una revista tuvo más de 100 (116) citas y entre todas hubo un total de 297. Lo más notable de la situación y buena muestra del incremento de cultura editorial entre los investigadores que publican en revistas españolas de Comunicación es que aumentan considerablemente las citas, de 6 en 2004 a más de 200 cinco años después, y las revistas citadas aumentan igualmente, de solo de 4 en 2004 a 20 –todas, menos una– en 2011.

En resumen, el mundillo de las revistas científicas, cualquiera que sea el área de conocimiento, presenta numerosas variedades. Es una situación que exige un determinado conocimiento del entorno, antes de decidir cuál es la cabecera de mayor interés en cada momento como destino del trabajo realizado, si se desea con éste obtener la mayor rentabilidad académica al esfuerzo realizado.

En el caso concreto de Comunicación, más allá de las incoherencias que hemos contemplado, conviene señalar:

a) el bajo número de revistas indexadas en la tabla de citas del índice de impacto (y su aumento en otros índices, a la espera de cumplir los cinco años precisos para que se les calcule su impacto);

b) cómo en los últimos años se ha incrementado el factor de impacto de las revistas más representativas;

c) cómo ha ido descendiendo el número de revistas con cero citas, muestra todo ello de un sensible incremento de la cultura científica editorial del universo investigador en lengua castellana. Y ésa, no cabe duda, es una prometedora situación.

En términos generales, hay que llamar la atención sobre un fenómeno nuevo y esperanzador:

d) la prometedora aparición de Google Scholar Metrics, GSM, con un sistema continuo de medición de las revistas (como de los autores), con visos de alterar por completo el sistema de control de las publicaciones científicas, con una transparencia hasta ahora desconocida, un apertura completa, una continuidad pareja al espíritu liberador de la informática social y sin necesidad de contrapartidas económicas de tipo alguno para las administraciones públicas. Con GSM ha empezado el nuevo presente.

[29] A Castillo Esparcia; A Rubio Moraga y A Almansa Martínez (2012): "La investigación en comunicación. Análisis bibliométrico de las revistas de mayor impacto del ISI", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 67. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 248 a 270 [recuperado](#) el 29 de enero de 2013

[30] La voz /cursiva/, como sinónimo de título de publicación, revista en nuestro caso, por aquello de que los títulos de publicaciones han de ir en cursiva o itálica.

[31] Ver más adelante

[32] Ver más adelante.

[33] En el trienio de análisis para hallar el índice de impacto, la revista Zer, en 2010 muestra 92 artículos publicados y 95 en 2009. La revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico, en iguales periodos también en papel, presenta 94 y 95.

[34] JM de Pablos (2001): *La red es nuestra. El 'periódico telemático, la revista en línea, la radio digital y el libroweb cambiarán las formas de comunicación social*. Barcelona: Paidós.

[35] Un Índice H de 13 en una revista implica un mínimo de 13 artículos citados 13 veces (13 de 13). Para subir a 14 (14 de 14), todos los que solo tuvieran 13 han de pasar a tener 14 citas y al menos uno de 13, a su vez, habrá de pasar a tener 14 citas. Cada peldaño, entonces, implica un incremento de varias citas, nunca de una sola. Si se trata del Índice H5, el cálculo se hará de los cinco años anteriores y siempre será menor que el genérico o histórico.

[36] V Luzón Fernández (1999): "Periodista digital: de McLuhan a Negroponte". *Revista Latina de Comunicación Social*, 34

[37] "La 'tecnofobia', desde Gutenberg hasta la Internet", de R Mazzilli

[38] En el caso español y desde hace poco, se toman en cuenta tres años, lo que posibilita una vida más prolongada al valor de las citas a los artículos de las revistas.

[39] *Top publications – Spanish, de Google Scholar Metrics*, GSM, Consultado el 25 de febrero de 2013.

[40] MIAR, Matriu d'Informació per a l'Avaluació de Revistes, proyecto de un grupo de profesores (Somoza, Rodríguez-Gairín y Urbano, del Departament de Biblioteconomia i Documentació de la Universitat de Barcelona), es un sistema para medir cuantitativamente la visibilidad de las publicaciones

periódicas en Ciencias Sociales, en función de su presencia en distintos tipos de bases de datos, con [34 revistas](#) de Comunicación Social en castellano y [344 en el cómputo global](#)

[41] “Índice h de las revistas de Comunicación, según [Google Scholar Metrics](#)”, E Delgado López-Cózar & R Repiso Caballero

[42] [DICE](#)

, Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas (CSIC-CCHS – ANECA), [paralizado en 2013](#), al dejar de estar financiado por la ANECA http://dice.cindoc.csic.es/resultados.php?tit=&at=&ac=COMUNICACI%D3N+AUDIOVISUAL+Y+PUBLICIDAD&critérios_latindex=n&issn=&bbdd=&submit=+Buscar+

[43] Fuente: Índice de Impacto de Revistas Españolas de Ciencias Sociales, año 2010, visitable en [este enlace](#)

Original disponible en: http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=79

PDF creado en: 19/04/2013 18:04:29

Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación, 2001-2013



Institut de la Comunicació (InCom-UAB)

Edificio N. Campus UAB. 08193 Cerdanyola del Vallès (Barcelona)

Tlf. (+34) 93.581.40.57 | Fax. (+34) 93.581.21.39 | portalcom@uab.cat