

ÁREA ABIERTA Nº 20. JULIO 2008
Referencia: AA19. 0807.104

“Revistas científicas e índices de impacto. A propósito de “Hacer saber””

Autor: Dr. FERNÁNDEZ QUIJADA, David. Universitat Autònoma de Barcelona.

“Revistas científicas e índices de impacto. A propósito de “Hacer saber””

RESUMEN

La política científica española ha colocado en el primer plano el papel de las revistas académicas y la evaluación de su calidad. Con el objetivo de contribuir a este debate desde las ciencias de comunicación, en este artículo se ponen de manifiesto los problemas de los índices que se utilizan como referencia de la calidad científica, con especial énfasis en los específicos de las ciencias de la comunicación. A la vez, se plantean mejoras para estos índices y estrategias para una óptima gestión e impacto de las revistas en Internet.

Palabras clave

Revista científica, política científica, factor de impacto, Journal Citation Reports, Latindex, IN-RECS.

ABSTRACT

The Spanish scientific policy has reinforced the value of academic journals and the evaluation of its quality. The aim of this article is to contribute to this debate from communication sciences by analysing some of the problems of the indexes used as reference of the journal's scientific quality, especially of those directly related to communication sciences. At the same time, the author proposes some improvements for these indexes and strategies for a better management and impact of the journals in Internet.

Keywords

Scientific journal, scientific policy, impact factor, Journal Citation Reports, Latindex, IN-RECS.

El número 19 de la revista *Área Abierta* se abría con un estimulante artículo de su editor, el profesor Manuel Sigüero Guerra (2008), sobre el modelo de difusión científica español, bajo el título de "Hacer saber. Objetivo final del investigador en comunicación". Una necesaria reflexión en voz alta que ha inspirado el texto que el lector tiene entre sus manos. El propósito del mismo no es rectificar las palabras de su autor, sino más bien reforzar, matizar y ampliar algunas de las ideas que allí se exponían.

No parece casualidad que el artículo apareciera en ese preciso momento. Casi a la par, la revista *Telos* anunciaba en la presentación del número 74 su voluntad de integrarse en las bases de datos internacionales de referencia (Nadal, 2008), lo que en seguida remite al Journal Citation Reports (JCR) de Thomson Scientific, del que también otra revista española de cabecera en comunicación, *Zer*, se hacía eco en su último número (Fernández Peña, 2007). El interés en la divulgación de la

producción científica no es novedoso en la literatura española sobre comunicación, una tarea en la que se debe mencionar como figura central la del desaparecido profesor Daniel E. Jones, pero sí lo es el foco en el alcance internacional buscado y sus implicaciones.

Parece que existen mimbres, pues, para iniciar un debate que se antoja necesario en todo el ámbito de las ciencias sociales y que ya formó parte, de manera destacada, en el reciente congreso fundacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AEIC) en Santiago de Compostela.

Desmitificar el JCR y otros índices

En los últimos años, la actividad de la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI) y de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) y el resto de agencias de evaluación autonómicas ha privilegiado el Journal Citation Reports como parámetro central de la calidad de la actividad científica. En el caso de las ciencias de la comunicación, normalmente a través del Social Sciences Citation Index (SSCI), que como el resto de índices de Thomson, contiene sesgos que ya han sido determinados: preponderancia de publicaciones en inglés, sobrerrepresentación de la investigación anglosajona o preeminencia de las ciencias puras y la tecnología frente a otras disciplinas (Ruiz-Pérez, Delgado López-Cózar, Jiménez-Contreras, 2006). Las ventajas que ofrece, por otro lado, se pueden resumir rápidamente: visibilidad e impacto de la producción científica.

Se preguntaba el profesor Sigüero en su artículo por el sentido de publicar en revistas internacionales temas de marcado acento local. Más allá del anclaje territorial, una posible respuesta es la posibilidad de comparar metodologías y herramientas de investigación que pueden ser aplicadas en otros contextos. No obstante, ese interrogante remitía irremisiblemente a cuestionarse por el español como lengua de transmisión de la ciencia. Una pregunta cuya respuesta parece obvia en ciencias sociales pero que se responde con una rotunda negación en áreas como ciencias naturales, médicas e ingenierías. En este sentido, el inglés se ha convertido en la lengua vehicular de comunicación científica a nivel internacional, lo que supone diversos problemas para los países en los que ésta no es la primera lengua. Entre otros, el papel de *gatekeepers* o guardianes de teorías, metodologías y temáticas dominantes que se arrogan los investigadores anglosajones (Tardy, 2004), los que más publican en estas revistas y que forman parte de forma mayoritaria de sus comités editoriales y de revisión. Sirva como ejemplo de ello los datos aportados por Masip (2005) sobre la procedencia de los autores que publicaron entre 1994 y 2004 en las 35 revistas incluidas en la sección de comunicación del JCR y que también estaban accesibles desde la base de datos Communication Abstracts (tabla I). El dominio estadounidense era apabullante: el 66,89% de los artículos tenían esa procedencia. Los tres siguientes países también eran del ámbito anglosajón, mientras que España se situaba en una discreta decimosexta posición con 43 artículos, menos de 4 anuales.

Tabla I. Origen de los artículos de comunicación en JCR (1994-2004)

| Posición | País de origen | Nº de artículos | % |
|----------|----------------|-----------------|-------|
| 1 | Estados Unidos | 5.653 | 66,89 |
| 2 | Gran Bretaña | 681 | 8,06 |
| 3 | Canadá | 238 | 2,82 |
| 4 | Australia | 221 | 2,62 |
| 5 | Holanda | 201 | 2,38 |
| [...] | [...] | [...] | [...] |
| 16 | España | 43 | 0,51 |
| | TOTAL | 8.451 | 100 |

Fuente: elaboración propia a partir de Masip (2005).

Otro dato aportado por Masip es suficientemente significativo: cinco revistas concentraban más del 50% de la producción europea, que sólo era mayoritaria en cuatro de ellas.

Es cierto que existen bases de datos alternativas que cubren las ciencias sociales (y entre ellas la comunicación), como Scopus¹, propiedad de la multinacional holandesa Elsevier. A finales de 2007, además, Scopus inauguró una alternativa de acceso libre para la consulta del factor de impacto, el SCImago journal & country rank², desarrollado en España por el grupo interuniversitario Scimago³ (Grupo Scimago, 2007). Aunque la selección de revistas en el área de comunicación es más amplia que en el caso del JCR (53 títulos frente a 44), los sesgos continúan siendo básicamente los mismos, ya que la lengua de difusión y los países de edición pertenecen al mismo ámbito.

Índices en español

Ante este panorama, parece natural plantear la necesidad de elaborar un índice de revistas españolas. En el área de ciencias sociales este trabajo ya lo ha empezado a desarrollar en España el grupo de investigación EC³: Evaluación de la ciencia y de la comunicación científica de la Universidad de Granada con IN-RECS (Índice de impacto de las Revistas Españolas de Ciencias Sociales)⁴.

¹ <http://www.scopus.com>

² <http://www.scimagojr.com>

³ <http://www.scimago.es>

⁴ También da cuenta del análisis de citas RESH (Revistas Españolas de Ciencias Sociales y Humanas), del Grupo de Investigación Evaluación de publicaciones científicas en Ciencias Sociales y Humanas del antiguo Centro de Información y Documentación Científica (CINDOC) -ahora Instituto de Estudios Documentales sobre Ciencia y Tecnología (IEDCYT)- del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), aunque al no dar cuenta del campo de la comunicación como área autónoma no permite una evaluación global de éste y, por tanto, lo hemos descartado en este repaso. No obstante, aporta índices de impacto para algunas revistas de esta materia.

Específicamente en el área de comunicación, no obstante, a este índice se le puede achacar un agujero en la cobertura de revistas del área, tanto en cantidad, apenas 24, como en calidad, ya que se obvian algunos títulos centrales para los científicos del campo, como *Telos* -considerada como tal por los investigadores del área de periodismo, según el estudio de Giménez Toledo y Alcain Partearroyo (2006)-, además de otras que aparecen en índices como Latindex. Ello contrasta con la presencia de revistas que hace tiempo que dejaron de cumplir su periodicidad, un criterio básico de calidad formal.

Parece claro que el cálculo de índices de impacto para las revistas españolas, además, debe tener en cuenta la unidad de lengua en todo el ámbito latinoamericano, en el que el intercambio científico es muy fluido, ello sin dejar de lado la realidad plurilingüística que ya reflejan la mayoría de bases de datos. Es la realidad que por ejemplo intenta reflejar otra base de datos bibliográfica de referencia, Latindex, cuyo catálogo de 45 revistas de comunicación se originaba a inicios de 2008 en 10 países distintos (tabla II), con un predominio claro de España, de donde procedían 16 de ellas, lo que la convertía en el país iberoamericano de referencia en la materia.

Tabla II. País de edición de las revistas de comunicación del catálogo Latindex (2008)

| País de edición | Nº de revistas | % |
|-----------------|----------------|-------|
| España | 16 | 35,56 |
| Venezuela | 6 | 13,33 |
| Argentina | 5 | 11,11 |
| Colombia | 4 | 8,89 |
| Portugal | 4 | 8,89 |
| México | 4 | 8,89 |
| Perú | 2 | 4,44 |
| Brasil | 2 | 4,44 |
| Puerto Rico | 1 | 2,22 |
| Chile | 1 | 2,22 |
| TOTAL | 45 | 100 |

Fuente: elaboración propia.

Si bien el catálogo de Latindex es la base de datos bibliográfica de referencia en el ámbito iberoamericano, tan sólo proporciona información sobre la calidad formal de las revistas (lo cual en una primera fase resulta esencial) pero no calcula el impacto entre las revistas, una tarea que debería convertirse en prioritaria si queremos medir seriamente el impacto de la investigación en comunicación

española o en español. En esta área padecemos un doble retraso: respecto de las ciencias puras y respecto del mundo anglosajón.

La cultura de la monografía

Lo expuesto hasta ahora no debe hacer pensar al lector en una posición contraria del autor respecto del valor de las revistas. Todo lo contrario: las revistas deben ser consideradas el medio habitual de difusión de la ciencia, entre otros aspectos por dos obvios: primero, porque un adecuado proceso editorial de las revistas permite acortar los tiempos entre la generación de resultados y su difusión; segundo, porque la aplicación de revisiones ciegas (*blind review*) y por pares (*peer-review*) crea un sistema que tiende a ser garantista, "un indicio clave de que se utilizan criterios serios de selección y filtros para asegurar la calidad de las investigaciones" (Ruiz-Pérez, Delgado López-Cózar, Jiménez-Contreras, 2006: 412), a pesar de los sesgos que aún persisten en estos métodos, entre otros la tendencia a ignorar las réplicas y favorecer los estudios originales, el favoritismo hacia los autores nacionales o la predisposición positiva de los evaluadores hacia evaluados conocidos, entre otras (Campanario, 2002). En este sentido, en determinadas ramas de las ciencias sociales, entre las que cabe incluir la comunicación, persiste todavía una muy arraigada cultura de la monografía, que si bien cumple una determinada función -y así es valorada por las agencias de evaluación-, lastra la difusión rápida de la investigación y en muchas ocasiones dificulta su acceso en esta era de la documentación electrónica. Como explica Jones (2006; 2007), la producción bibliográfica en España sobre comunicación es excesiva en lo cuantitativo -un millar de títulos anuales- y raquíca en lo cualitativo, sin apenas proyección internacional: "estamos en una época de producción comunicativa y cultural excesiva, con lo cual pareciera que todo es igualmente válido, es decir, no se distingue ni se selecciona entre unos textos brillantes y originales y otros mediocres y redundantes" (Jones, 2007: 396-397).

Sin perder una perspectiva crítica, un rápido resumen de la validez de las revistas nos lo aportan Delgado López-Cózar, Ruiz-Pérez, Jiménez-Contreras (2006: 10): "Los autores recurren a ellas con la intención de asegurar la propiedad de sus ideas (registro público) y con la supuesta certeza, bastante cuestionada por múltiples evidencias, de que el conocimiento publicado es válido, es decir, está contrastado científicamente y respeta las normas académicas del método científico, y ello, porque ha sido evaluado justa e imparcialmente por los propios miembros de la comunidad científica en distintos momentos del proceso de producción científica, convirtiéndolas así en un instrumento de certificación y validación del conocimiento".

Ciertamente, el panorama científico hemerográfico no es una panacea, ya que "las revistas académicas especializadas en comunicación, industrias culturales y nuevas tecnologías digitales no dejan de crecer y desarrollarse, aunque es cierto que no por ello se encuentran siempre en sus páginas novedades y aportaciones que supongan auténticos avances teóricos o profesionales" (Jones, 2007: 406). Parte de estos problemas se relacionan con la sobreabundancia de producción científica originada en los criterios marcados por las agencias de evaluación, el denominado "efecto ANECA", que además parece tener un componente cualitativo: un mayor peso de lo empírico en detrimento de lo teórico y lo metodológico (Soriano, 2008).

Mirado desde este punto de vista, no obstante, este efecto ANECA tiene dos positivas contrapartidas:

- Para las revistas, porque les obliga a adquirir niveles de calidad formal estándar a riesgo de ver cómo cae su valor y su atractivo para los investigadores, al fin y al cabo sus proveedores de contenidos.
- Para el investigador, porque establece criterios claros con los que poner en valor su producción científica. Entre otros, pone en su justa medida el valor de la monografía y la cultura creada en torno a ella.

La imprescindible presencia en la Red

Otro de los aspectos que destacaba el profesor Sigüero en su artículo era la adscripción de *Área Abierta* a la política de difusión *open access* a través de Internet. A pesar de que algunas revistas se mantienen todavía aferradas exclusivamente al papel y de las poco estimulantes cifras de visitas de algunas de las que se hallan en línea, la Red es indudablemente el camino. A día de hoy, no obstante, ya no resulta suficiente con "estar" en Internet, sino que hay que adaptarse a sus dinámicas y "moverse" en Internet. Entre otras formas, adoptando los recursos que pone al alcance de la difusión la denominada web 2.0 (Ribes, 2007), como los RSS (*Rich Site Summary*). O apostando por la interactividad entre lectores y con los autores, como recientemente ha hecho *New Media & Society* inaugurando un foro de discusión de los artículos publicados⁵. Moverse, además, se convierte en una necesidad ante la multiplicación de revistas y recursos de información con los que compite cada publicación por el cada vez más limitado presupuesto-tiempo del lector. No siempre resulta fácil para el investigador buscar referencias individualmente en cada revista, así que para aumentar la difusión de estas publicaciones periódicas resulta recomendable la indización de sus contenidos en portales como Dialnet⁶ o Infoamérica⁷ y en repositorios como E-lis⁸ o el Social Science Research Network (SSRN)⁹, así como la presencia en otros espacios de referencia como el Portal de la Comunicación¹⁰. La elaboración de una estrategia de presencia en la Red, pues, se hace indispensable para un proyecto editorial serio. Y entre las opciones no cabría descartar la construcción de una plataforma de revistas de comunicación españolas y/o en español, una vía cooperativa entre las publicaciones que sin duda redundaría en beneficio de todas al constituir un imprescindible espacio de referencia para la investigación en comunicación en el entorno iberoamericano. Los recursos electrónicos ya no sólo representan una vía de difusión del contenido de las revistas sino que además pueden ayudar en su proceso de producción. Seguramente sea el ejemplo más completo de ello *Open Journal Systems*¹¹, un gestor de contenidos que abarca tanto el back-office (recepción de originales, gestión por parte de los editores, evaluación de los árbitros) como su posterior publicación. En España su aceptación es más que buena: el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) ha migrado sus 32 revistas a esta plataforma¹², mientras que la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) la ha

⁵ <http://www.forum.newmediaandsociety.com>

⁶ <http://dialnet.unirioja.es>

⁷ <http://www.infoamerica.org>

⁸ <http://eprints.rclis.org>

⁹ <http://www.ssrn.com>

¹⁰ <http://www.portalcomunicacion.com>

¹¹ <http://pkp.sfu.ca/?q=ojs>

¹² <http://revistas.csic.es/mas.html>

elegido para su neonato Repositorio Español de Ciencia y Tecnología (RECYT)¹³. En el campo de la comunicación, OJS ya es utilizado por algunas publicaciones como *First Monday*, *International Journal of Communication*, *Journal of Digital Information* u *Observatorio (OBS*) Journal*.

A modo de reflexión final

Las revistas deben trabajar en superar la consideración periférica que se les atribuye en muchos casos desde dentro de la propia institución editora: muestra de ello es que en la mayoría de los casos su producción y funcionamiento depende básicamente de los becarios y del tiempo dedicado sin remuneración por el profesorado responsable. En el mundo anglosajón, la edición de revistas es una tarea profesional en la que además se generan pingües beneficios para compañías como Sage Publishing, Taylor & Francis, Lawrence Erlbaum, etc. No se trata de lucrarse con el conocimiento científico, sino de crear valor, tanto para sus usuarios - los lectores- como para sus proveedores -los autores-, que además en muchos casos coinciden.

Los autores, precisamente, también deben ser exigentes con el trato y difusión que se dé a su trabajo, y están en su derecho de exigir una política clara de valoración del mismo a través de publicaciones: a día de hoy, Latindex comprende 16 revistas españolas (en la categoría de ciencias de la comunicación), por 21 de DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas) en las áreas de conocimiento de comunicación audiovisual y publicidad y de periodismo, mientras que el índice de impacto de IN-RECS se calcula para 24 revistas. En conjunto, sólo 11 publicaciones aparecen en las tres bases de datos. Se debe aplicar, pues, una política clara de valoración de revistas por parte de la administración científica para ofrecer garantías al investigador de los réditos de su trabajo.

La presión de publicaciones de impactos tampoco debe hacernos olvidar un principio mucho más importante, la visión crítica que poco parece cultivarse en los últimos tiempos, ya que como recuerda Martínez Nicolás (2006: 138), "este desempeño crítico está prácticamente descuidado entre nosotros, siendo como es un indicador válido de la madurez y grado de cualificación alcanzado por cualquier disciplina o campo que reclame para sí los atributos asociados a los saberes científicos". Precisamente se trata en último término de "hacer saber" para progresar en el avance de la disciplina científica que compartimos y que no puede ser sino una empresa colectiva. Para ello, los criterios sobre el valor de la producción científica deben estar claros y deben tender hacia sistemas basados en garantía de excelencia, tanto formal como en los contenidos, que al fin y al cabo debe ser el núcleo de nuestra actividad. Y en ello la posición central no la pueden ocupar sino las revistas científicas.

¹³ <http://recyt.fecyt.es>

BIBLIOGRAFÍA

CAMPANARIO, Juan Miguel. "El sistema de revisión por expertos (peer review): muchos problemas y pocas soluciones", *Revista española de documentación científica*, 25, 3, pp. 267 - 285. 2002.

DELGADO LÓPEZ-CÓZAR, Emilio; RUIZ-PÉREZ, Rafael; JIMÉNEZ-CONTRERAS, Evaristo. *La Edición de Revistas Científicas. Directrices, Criterios y Modelos de Evaluación*, Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología, Madrid. 2006.

FERNÁNDEZ PEÑA, Emilio. "Revistas del Journal Citation Reports sobre Comunicación", *Zer*, 23, pp. 11 - 33. 2007.

GIMÉNEZ TOLEDO, Elea; ALCAIN PARTERROYO, M^a Dolores. "Estudio de las revistas españolas de periodismo", *Comunicación y sociedad*, 19, 2, pp. 107 - 131. 2006.

GRUPO SCIMAGO. "SCImago journal & country rank: un nuevo portal, dos nuevos rankings", *El profesional de la información*, 16, 6, pp. 645 - 646. 2007.

JONES, Daniel E. "La comunicación en el escaparate", en Bernardo Díaz-Nosty (dir.): *Tendencias'06. Medios de comunicación: el año de la televisión*, Fundación Telefónica, Madrid, pp. 447 - 456. 2006.

JONES, Daniel E. "La comunicación en el escaparate", en Bernardo Díaz-Nosty (dir.): *Tendencias'07. Medios de comunicación: el escenario iberoamericano*, Ariel/Fundación Telefónica, Barcelona/Madrid, pp. 395 - 408. 2007.

MARTÍNEZ NICOLÁS, Manuel. "Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento", *Anàlisi*, 33, pp. 135 - 170. 2006.

MASIP, Pere. "European Research in Communication during the years 1994-2004: a Bibliometric Approach", comunicación presentada en *First European Communication Conference*, European Communication Research and Education Association, Amsterdam, 24 a 26 de noviembre. 2005.

NADAL, Javier. "Telos avanza", *Telos*, 74, pp. 4-5. 2008.

RIBES, Xavier. "La Web 2.0. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva", *Telos*, 73, pp. 36 - 43. 2007.

RUIZ-PÉREZ, Rafael; DELGADO LÓPEZ-CÓZAR, Emilio; JIMÉNEZ-CONTRERAS, Evaristo. "Criterios del *Institute for Scientific Information* para la selección de revistas científicas. Su aplicación a las revistas españolas: metodología e indicadores", *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 6, 2, pp. 401 - 424. 2006.

SIGUERO GUERRA, Manuel. "Hacer saber. Objetivo final del investigador en comunicación", *Área Abierta*, 19, pp. 1 - 8. 2008.

SORIANO, Jaume. "El efecto ANECA", comunicación presentada en el congreso I+C: *Investigar la comunicación*, Asociación Española de Investigación de la Comunicación, Santiago de Compostela, 30 de enero a 1 de febrero. 2008.

TARDY, C. "The role of English in scientific communication: *lingua franca* or *Tyrannosaurus rex*?", *Journal of English for Academic Purposes*, 3, 3, pp. 247 - 269. 2004.