

## Editorial 1

**Dra. Victoria TUR-VIÑES**

Universidad de Alicante. España. Victoria.tur@gcloud.ua.es  
<https://orcid.org/.0000-0002-8442-8068>

### Redes marinas, académicas [Editorial]

#### Marine networks, academic networks [Editorial]

La red conecta elementos aislados. Agrupar fortalece y permite visibilizar lo que pasa desapercibido en entornos inmensos, como los océanos, como la publicación científica. Impulsar redes marinas, académicas, es el objetivo metafórico del recientemente creado Observatorio Iberoamericano de Revistas Científicas de Comunicación, de la mano de uno de mis más estrechos colaboradores, el Dr. Jesús Segarra-Saavedra. La primera actividad para dar a conocer esta iniciativa-red fue el **I Congreso Iberoamericano de Revistas Científicas de Comunicación (CIRCC)** celebrado en noviembre 2023 en la Universidad de Alicante (UA), España, bajo el lema *Edición, revisión y autoría en la era de las revistas diamante y la urgencia ética*, con el apoyo de la Conselleria de Innovación, Universidades, Ciencia y Sociedad Digital de la Generalitat Valenciana (GVA), el Vicerrectorado de Investigación de la UA, la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UA, el Instituto Universitario de Estudios Sociales de América Latina de la UA y el grupo de investigación Comunicación y públicos específicos (Compubes).

Más de 60 revistas de Comunicación se dieron cita en este evento para discutir la ruta diamante como estrategia de sostenibilidad. La ruta diamante es la única que responde a un auténtico acceso abierto porque no implica pago en ninguna de las acciones: leer, descargar, distribuir, imprimir, citar o referenciar. ¿Qué queremos hacer con los resultados científicos? ¿son un bien privado o un bien público? La ruta diamante garantiza que el proceso de publicación, de principio a fin, esté enfocado en la ciencia como bien público. Convenzamos a las instituciones para que nos apoyen, de forma decidida. Merece la pena. Necesitamos ese apoyo, sin reservas, y existe financiación —sin duda—, aquella que se invierte en publicar en revistas previo pago y acceso abierto discutible. Solo necesitamos derivarla a esta causa.

La mayoría de las revistas de Comunicación en español somos ruta diamante de forma espontánea. Esta circunstancia nos da ventaja frente a otros ámbitos. Durante años, los equipos editoriales han impulsado proyectos abiertos a la comunidad científica. Asimismo, conviene destacar el compromiso con la internacionalización de la producción científica española y latinoamericana. Muchas publican en inglés sus contenidos, sin renunciar al español por su indiscutible relevancia, y, en ese sentido, se están sentando las bases de una positiva internacionalización. Se publica, además, en otras lenguas como el francés, el portugués y el italiano, cuya importancia no se puede soslayar. Reclamamos la ayuda económica de las instituciones públicas —Ministerio de Universidades e Innovación, FECYT, Universidades, etc.— para la traducción de los manuscritos que publicamos y para poder seguir consolidando esta estrategia de internacionalización, impulsada por el sistema, sin financiación adicional alguna.

Invito, desde estas líneas, a potenciar nuestra lengua materna en los foros anglosajones con una medida muy sencilla: **cuando publiquemos un texto en inglés en una revista científica, solicitemos que se anexe una versión en español del mismo texto**. Si lo hacemos, no renunciamos a nuestra lengua y estamos enviando un mensaje importante a esas revistas, en su mayoría, foráneas: el español también

importa. Subir una versión en español es algo factible, no incrementa los costes, no discute la evidente hegemonía del inglés, amplía la probabilidad de lectura y citación del texto y, es difícil que un editor se oponga a ello.

Las revistas realizan su labor en un contexto convulso sometido a múltiples tensiones. La primera de ellas es la **difunción editorial**. Las revistas surgieron para difundir y compartir el conocimiento. Hoy son decisivas en el *status* de personas y universidades. Se ha desvirtuado su cometido. La segunda tensión contextual es la **existencia de un sistema universitario de evaluación confundido**. Por un lado, se constata la **prevalencia del artículo científico como mérito preferente** y, por otro, **se valora el impacto de la revista (no del artículo) como indicador de calidad**. En tercer lugar, el **culto a las indexaciones** es tan patente como la **extendida ignorancia** de todo lo relativo a su funcionamiento. Por último, los colectivos involucrados reclaman un **mayor equilibrio entre la valoración cuantitativa y la valoración cualitativa** de los productos científicos resultando inaplazable utilizar de forma responsable los indicadores exclusivamente bibliométricos. ANECA, en el marco de la nueva Ley Orgánica del Sistema Universitario (LOSU) aprobada en España en marzo 2023, ha comenzado a realizar ajustes en este sentido, en la convocatoria de tramos de investigación (sexenios). El principal cambio reside en **el relato curricular** enfocado a propiciar un contexto rico y variado de informaciones que complementen el indicador bibliométrico clásico.

Hasta ahora, el "efecto cuartil" ha tenido sus consecuencias en la dinámica de publicación científica española. Según Scimago (2023), en el periodo 2000-2022, se han publicado más documentos, **el volumen de gestión editorial ha crecido exponencialmente** y, además, las revistas han hecho un **enorme esfuerzo de indexación**. Estamos publicando mucho, las revistas reciben reconocimiento, pero la tragedia es que **el número de citas recibidas empeora**. ¿Todo acaba en la publicación? ¿Influyen las estrategias postpublicación en la citación? ¿Qué hacemos para activar la citación de la enorme cantidad de textos publicados? ¿Cómo conseguir la atención de la comunidad científica? ¿Debemos las revistas sofisticar la revisión y los criterios de selección de textos en este periodo caracterizado por la publicación compulsiva?

La publicación científica es un valor social y debe ser en beneficio de la sociedad. ¿Estamos de acuerdo? La ruta diamante crea el marco adecuado para aterrizar esta idea.

En el marco del congreso, todos estos temas fueron debatidos en un espacio rico en intercambio de experiencias y conocimiento. Las revistas **necesitamos reconocimiento, apoyo institucional decidido y autonomía editorial**.

Reconocimiento de la importancia clave que tiene colaborar en las funciones editoriales de revistas diamantes. Los **mecanismos de reconocimiento** disponibles son variados: la descarga docente, la consideración como mérito relevante de colaboraciones editoriales continuadas (Publons ayuda en este sentido), el *status* de autoridad implícito en procesos que suponen evaluar ciencia, el valor de la experiencia científica que se adquiere como resultado de ejercer las tareas editoriales de forma efectiva y continuada a lo largo del tiempo, la oportunidad de identificar tendencias investigadoras en el ámbito científico de la revista y conocer, de primera mano, la producción y especialización de los colegas del ámbito. ¿Cómo es posible que coincidamos en el valor implícito de esta actividad y no seamos capaces de establecer reconocimientos claros y explícitos?

Adicionalmente, **el apoyo institucional** resulta imprescindible. Las ayudas económicas para las tareas editoriales que permiten mejorar los textos publicados; el apoyo técnico en la gestión electrónica del *software* de edición; el apoyo técnico de las bibliotecas institucionales en la indexación; la financiación de traducciones; las licencias institucionales de *software* antiplagio; el apoyo técnico de las oficinas de comunicación con competencias en la difusión postpublicación de resultados de investigación o la financiación de proyectos que impulsen la transferencia de los resultados publicados, son, en todos los casos, medidas que permiten optimizar servicios institucionales ya existentes o derivar a mejor puerto financiación existente. Parece claro que lo que se viene haciendo, a pesar de ser positivo, no es suficiente. Las revistas diamante necesitamos este apoyo institucional porque realizamos una función clave en la proyección de las instituciones que nos avalan y en la visibilidad del campo científico donde operamos.

La **autonomía editorial** no se puede obviar. Ni el debido reconocimiento ni el necesario apoyo institucional pueden comprometer la autonomía editorial. Las revistas deben evitar injerencias externas y realizar su labor con compromiso ético y altura intelectual. En un ámbito donde se prima la libertad de cátedra y la autonomía universitaria, las revistas deben mantener el mismo nivel de autonomía.

La labor editorial no puede obviarse ni estar subsumida a la iniciativa personal, la bonhomía o el altruismo. Hacemos ciencia. Queremos que esa ciencia sea transformadora y tenga trascendencia en la sociedad y en la economía. La ruta diamante es el marco que puede garantizar la sostenibilidad

del sistema. Desde *Mediterránea* y desde el Observatorio Iberoamericano de Revistas Científicas de Comunicación (OIRCC) nos proponemos trabajar en este sentido.

Presentamos un número sólido con 20 textos científicos agrupados en dos monográficos. *Visibilización de la ciencia en las redes sociales* es el tema del primer monográfico, coordinado por Macarena Parejo-Cuéllar, Patricia de-Casas-Moreno, Margoth Menay y Daniel Martín-Pena. Se recibieron 21 textos y solo 7 han superado el proceso de revisión para su publicación. El segundo monográfico se enfoca en las *Industrias creativas en la red*, ha sido coordinado por Antonio Castro-Higueras, José-Patricio Pérez-Rufí y Toby Miller y presenta 5 artículos. Miscelánea ha sido más competitiva que nunca. La tasa de rechazo se sitúa en el 78%. Miscelánea compila 7 textos.

*La Influencia de los efectos digitales en la actitud del consumidor hacia el anuncio y la marca* es el título del artículo firmado por Miguel García-Torres. El texto llega a la conclusión de que la influencia de los efectos digitales es más pronunciada en la actitud hacia el anuncio que en la actitud hacia la marca.

Lucía Caro-Castaño, Pedro-Pablo Marín-Dueñas y Javier García-Osorio comparten un artículo sobre el caso de *Isabel Díaz Ayuso y los ayusers en Instagram*. Avanza en el conocimiento sobre las narrativas de humanización del político en los medios sociales, así como en la creciente importancia del *fandom* en un contexto de campaña permanente.

*La obesidad en los ciberdiarios españoles: de la estigmatización (del obeso) a la responsabilidad social y a las soluciones estructurales* es el título de la aportación firmado por José-Luis Arguiñano-Herrarte y Guillermo Gurrutxaga-Rekondo. Los ciberdiarios están empezando a asumir su rol para proponer soluciones que afronten de raíz la problemática de la obesidad.

La estrategia de contenido de los *influencers* literarios contribuyen al compromiso de los seguidores en Instagram. Esta es la principal conclusión del texto en coautoría de Marilé Pretel-Jiménez, José-Luís del-Olmo y Carmen Ruíz-Viñals bajo el título *El engagement de los influencers literarios con sus seguidores en Instagram: contenido y estrategia de los bookstagrammers*.

Arantxa Sánchez-Vizcaíno aporta evidencias que permiten afirmar que los dúos del reto #SingWithMe democratizan el acceso a la música, permitiendo a las personas manifestarse creativamente a través del canto, la composición y la edición audiovisual. El texto lleva por título *Descolonización de la música en TikTok: "¡Hagamos un dúo!"*.

Gabriela Ortiz-Díaz y Elsa Moreno-Moreno son las autoras del artículo *Motivaciones de los podcasters independientes de Puerto Rico: entre el emprendimiento del creador amateur y del productor formalizado*. Los *podcasters* independientes de Puerto Rico se conciben como emprendedores culturales y sociales, promotores de formas alternativas al capital económico: capital social, cultural y simbólico.

Con *Fallen journal 2023. Implicaciones para la ciencia española de la expulsión de revistas en Web of Science*, Rafael Repiso-Caballero y Ángel-M. Delgado-Vázquez publican como artículo el *preprint* que denuncia la presencia de españoles en revistas expulsadas de WoS e incluye las fuentes de financiación de estos trabajos.

Confiamos en que los contenidos de este número despierten el interés de la comunidad científica.

### **Referencia bibliográfica**

SCImago Country Rank (2023). Evolución 2000-2022 de la Comunicación española según la base de datos Scopus. <http://www.scimagojr.com>

