



La comunicación en Iberoamérica:

políticas científicas y tecnológicas, posgrado y difusión de conocimiento

Margarida M. Krohling Kunsch

Organizadora



Quito - Ecuador
2013

**La comunicación en Iberoamérica:
políticas científicas y tecnológicas, posgrado
y difusión de conocimiento**

**A comunicação na Ibero-América:
políticas científicas e tecnológicas, pós-graduação
e difusão do conhecimento**

Margarida M. Krohling Kunsch
Organizadora

300 ejemplares - Agosto 2013

ISBN: 978-9978-55-107-3
Código de barras: 978-9978-55-107-3
Registro derecho autoral: 041871

Diseño y diagramación
Diego Acevedo

Portada
Arturo Castañeda

Impresión
Editorial "Quipus", CIESPAL
Quito-Ecuador

Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de sus autores.

Índice

Presentación	9
Fernando Checa M.	
Introducción	13
Margarida M. Krohling Kunsch	
Parte I	23
Políticas científicas e tecnológicas da pesquisa em comunicação ibero-americana: pesquisas e conhecimento demandado pela sociedade	
Hacia una epistemología del Sur: comunicología latina y agenda de investigación Francisco Sierra Caballero	25
Política científica de comunicação em Portugal: desafios e oportunidades para os doutoramentos Moisés de Lemos Martins e Madalena de Oliveira	47
Articulación y exclusión: de las universidades en el diseño de políticas científicas y tecnológicas de comunicación Delia Crovi	103

De volta ao mundo real: epistemologia, política e o campo da comunicação Cesar Bolaño	121
Dilemas en torno a la formulación de políticas de ciencia y tecnología en comunicación Ángel Páez	133
Políticas científicas e tecnológicas da pesquisa em comunicação: pesquisas e conhecimento demandado pela sociedade. Ponto de vista a partir do Brasil Antonio Hohlfeldt	151
Políticas de ciencia y tecnología, y los estudios de comunicación en el Perú: notas sobre una ausencia estructural Eduardo Villanueva	161
Contra el desperdicio de la experiencia: políticas y saberes en el campo de estudios de comunicación en Colombia Eduardo Gutiérrez	173
Parte II Pós-graduação em comunicação na Ibero-américa: qualidade do ensino e da pesquisa de pós. Estratégias para formar pesquisadores, professores e profissionais	193
A pós-graduação em comunicação no Brasil: crescimento associado aos desafios da qualidade e da inserção internacional Maria Immacolata Vassallo de Lópes e Richard Romancini	195

Tendencias y perspectivas de desarrollo e internacionalización del posgrado en comunicación en México, Centroamérica y el Caribe Raúl Fuentes Navarro	235
Discontinuidades para la búsqueda de una estrategia en común Gustavo Cimadevilla	257
Los posgrados en comunicación en Iberoamérica: calidad de la enseñanza y de la investigación. Una mirada desde el trabajo y contribuciones de Felafacs Álvaro Rojas Guzmán	279
Parte III Revistas, enciclopédias e portais da Rede Ibero-americana de comunicação: ações coordenadas para democratizar o conhecimento	293
Visión general de los periódicos de comunicación en Brasil y de la Red Confibercom de Revistas de Comunicación Cicilia M.Krohling Peruzzo	295
Redes e portais de ciências da comunicação em Portugal Luis Humberto Marcos	309
Aporte de Diá-logos de la Comunicación a la difusión de las ciencias de la comunicación Abel Suing	333
La era <i>open data</i> . Publicaciones, política científica y socialización del conocimiento. Hacia una nueva economía política del archivo Francisco Sierra Caballero	347

<i>Revista Argentina de Comunicación, una política de la voz</i> Mónica Cohendoz	365
Difusión de la ciencia de la comunicación, una tarea pendiente en Latinoamérica Karina Valarezo e Isidro Marín Gutiérrez	377
Apéndices	393
Delia Crovi (Política científica y tecnológica en comunicación)	395
Raúl Fuentes (Posgrado en comunicación en Iberoamérica)	403
Ana Silvia Médola (Difusión de las ciencias de la comunicación)	407
Sobre los autores	413

Difusión de la ciencia de la comunicación, una tarea pendiente en Latinoamérica

Karina Valarezo e Isidro Marín Gutiérrez
Universidad Técnica Particular de Loja
kpvalarezo@utpl.edu.ec
imarin1@utpl.edu.ec

Resumen

La difusión de la producción científica en el campo de la comunicación en América Latina ha sido insuficiente, disperso y ha tenido poca repercusión. Se pueden precisar diferentes motivos que han contribuido a esta realidad como la poca valoración de la comunicación, una disciplina científica que tiene una insuficiente asignación de fondos para la ejecución de proyectos de investigación o las escasas publicaciones científicas. Una solución son las publicaciones que promuevan la circulación de material de comunicación de forma especializada, indexada o de orden divulgativo. Desde la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) se está llevando la coedición de la *Revista Comunicar, revista científica de comunicación y educación*. Y se está gestando una revista de comunicación *online* en convenio con la Universidad Santiago de Compostela (España) y la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina).

Palabras claves: comunicación, revistas científicas, América Latina, indexación, universidad, difusión.

Introducción

Las revistas científicas crean uno de los principales medios para hacer llegar a la sociedad los avances de la ciencias, tanto de las naturales como de las sociales. Las revistas científicas recogen investigaciones que nos informan de los hallazgos en muy diversos campos. Pero las revistas latinoamericanas rozan la marginalidad científica y se presentan interrogantes en la edición y difusión de la producción científica (PATALANO, 2005, p. 218).

En este documento desarrollaremos un contexto general sobre la situación de las revistas científicas de la rama de comunicación, centrándonos exclusivamente en Latinoamérica. En primer lugar descubriremos la falta o escasez de revistas de comunicación con respecto a otras áreas. Y segundo descubriremos el poco factor de impacto de la producción científica en Latinoamérica. Y por último presentaremos dos revistas del ámbito de la comunicación para Latinoamérica proyectadas desde la UTPL.

El prestigio de una revista va a determinar la calidad y cantidad de trabajos que va a recibir, tanto a nivel nacional como internacional, y se los puede evidenciar gracias a la aparición de índices de “factores de impacto”⁸⁰ elaborados por el Institute for Scientific Information (ISI) de los Estados Unidos. Se considera que las revistas que no están en ISI no tienen prestigio. Pues bien, la gran parte de las revistas científicas latinoamericanas no están en esa lista. ISI no tiene la intención de ampliar a revistas científicas de Latinoamérica (DÍAZ *et al.*, 2001, p. 99).

El objetivo de una revista científica es la difusión de conocimiento relevante e innovador, así que cuanto mayor sea la calidad de los

80 El factor de impacto es utilizado para evaluar la investigación científica, revistas o artículos. El factor de impacto mide la frecuencia media de artículos de una publicación que han sido citados en un determinado periodo, principalmente un año (CASTILLO-ESPARCIA; RUBIO-MORAGA Y ALMANSA-MARTÍNEZ, 2012, p.252).

artículos que en éstas se publiquen aumentará su prestigio (DÍAZ *et al.*, 2001, p.101). El aumento del prestigio de la revista aumentará su difusión y cada vez más autores enviarán sus trabajos a ella. Las revistas serias se podrán permitir el lujo de rechazar trabajos y así los artículos publicados serán cada vez de mejor calidad. Es una lucha en donde las revistas compiten por los mejores trabajos. Los “índices de impacto” deciden de forma un tanto cerrada qué revistas son prestigiosas y cuáles no. Las revistas que no entran en los listados ISI son todas las revistas de comunicación latinoamericanas, excepto cuatro revistas brasileñas.

Las revistas científicas del área de conocimiento de comunicación es la menor representada entre las diez áreas de conocimiento de ciencias sociales, por debajo de áreas como urbanismo o geografía (DE PABLOS, 2011, p.34). Y siguen siendo muy escasos los estudios bibliométricos sobre investigación en revistas científicas. Aunque tienen prevalencia los estudios cuantitativos en el área de comunicación no son muy numerosos (CASTILLO Y CARRETÓN, 2010, p. 289; LÓPEZ-ORNELAS, 2010).

Pero el aumento de la producción científica en el área de comunicación de los últimos años contrasta con la escasez de estudios dedicados a conocer en qué se está investigando; la mayor parte de los artículos carecen de metodología (MARTÍNEZ NICOLÁS Y SAPERAS LAPIEDRA, 2011). También a través de Internet se están creando nuevas formas de comunicación en donde fluye de modo interactivo y donde los contenidos se acumulan de formas distintas (BEDAVIDES DELGADO, 2012, p. 81).

Metodología

Con este documento pretendemos conocer la situación actual y características de las revistas de comunicación latinoamericanas indexadas en Scopus-Scimago y Latindex. Queremos determinar las diferencias de ambas bases de datos. La muestra de esta breve

investigación está compuesta por las revistas científicas del área de comunicación editadas y publicadas, tanto impresas como *online*, en América Latina y el Caribe.

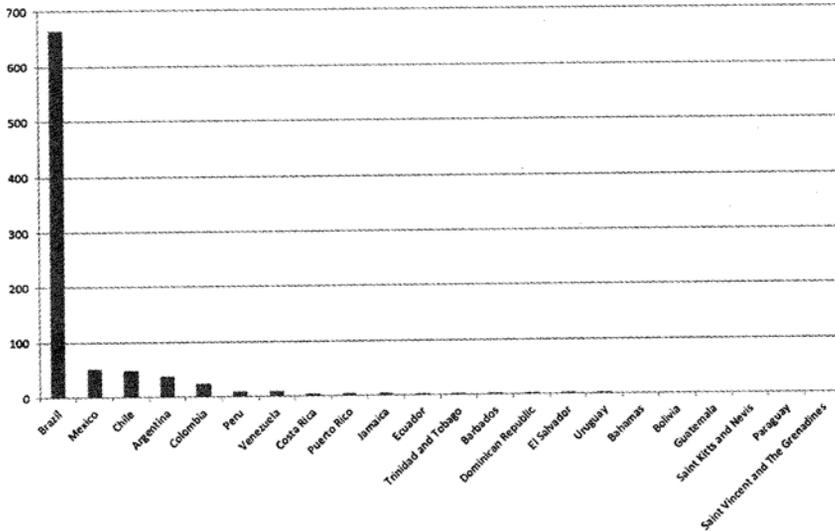
El registro de los datos se llevó a cabo mediante el acceso en línea a Latindex y Scopus-Scimago. Se tomaron en consideración para el análisis las revistas científicas del área de comunicación que están indexadas a las bases de datos antes señaladas. Nuestra muestra fue de 194 revistas en Latindex y de 4 en Scopus-Scimago que cumplen las características y criterios de calidad editorial. La fecha de recogida de los datos fue el 25 de enero del 2013. Para la captación, procesamiento y la creación de gráficos se utilizó el programa Microsoft Office Excel 2010.

Resultados

Scimago (SCImago Journal and Country Rank) es una plataforma que obtiene su índice de impacto (SJR), basándose en el análisis de citas recogidas en la base de datos Scopus (Santonja, 2011). Según la base de datos SCImago Journal Country Rank (SJR) desde el año 1996 al 2011 existían 665 artículos de autores brasileños en revistas de comunicación, 52 documentos de investigadores mejicanos, 49 de autores chilenos, 39 argentinos, 25 colombianos, 10 peruanos, 10 venezolanos, 5 de Costa Rica, 5 de Puerto Rico, 4 de Jamaica y 3 de Ecuador.

El total de revistas indexadas en comunicación es de 143, mientras que la base de datos cuenta con 19.708 revistas. El informe de ranking e impacto de las bases internacionales Scopus-Scimago incluye únicamente cuatro revistas brasileñas: *Interface: Comunicação, Saúde, Educação*; *Perspectivas em Ciência da Informação*; *Transinformação* y *Informação e Sociedade*. La lengua portuguesa tiene un peso muy importante y auge en las revistas científicas digitales (JONES, 2003, p. 58).

Gráfico 1 - Documentos del área de Ciencias Sociales en la categoría de comunicación de la región de Latinoamérica desde 1996 a 2011.



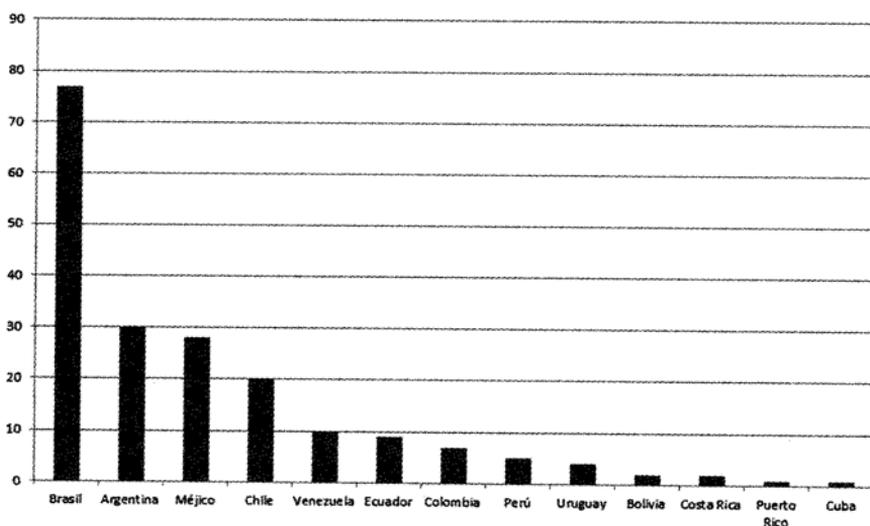
Fuente: SCImago Journal Country Rank (SJR) <http://www.scimagojr.com>

Hemos utilizado también Latindex, que es el listado de revistas científicas de Latinoamérica, Caribe, España y Portugal seleccionadas y clasificadas según criterios de calidad establecidos por los grupos de especialistas del Sistema Latindex. Este listado puede consultarse por título, materia, país, editorial y paquetes bibliográficos donde está indexada. La idea de Latindex surgió en 1995. Si nos fijamos, las publicaciones latinoamericanas son poco conocidas y nada consultadas ya que están subrepresentadas en los índices y en los bancos de datos internacionales y, además, son de baja circulación. El objetivo de Latindex era integrar esfuerzos, reforzar y elevar la calidad e impacto, dotar de mayor visibilidad y cobertura internacional a las revistas latinoamericanas. Latindex es una base de datos que tiene información sobre las revistas estructurado a nivel geográfico,

temática, idioma y soporte. Latindex tiene sus propios requisitos de calidad divididos en 33 indicadores (CASTILLO ESPARCIA Y RUIZ MORA, 2011) que tratan de reflejar la calidad editorial de las revistas científicas que se evalúan recogido en cuatro grupos principales (SIGUERO GUERRA, 2008, p.7).

Latindex da información completa sobre la revista y contiene una serie de indicadores para revistas en papel y para revistas electrónicas. Por poner un ejemplo, de las 448 revistas científicas que se publican en Ecuador tan sólo nueve son de la temática de comunicación. Y de las 16.323 revistas que se publican en América Latina 196 son de comunicación.

Tabla 2 - País de origen de la revista de comunicación, según Latindex



Fuente: Latindex (2013) <http://www.latindex.unam.mx/>

Los resultados que arroja la investigación es que Brasil, con 77 revistas, se postula como el país de mayor actividad en lo que se

refiere a la publicación de revistas científicas en el ámbito de la comunicación. A una distancia muy considerable se sitúa Argentina (30 revistas), México (28 revistas) y Chile (20 revistas). En total son 13 países los que aglutinan toda la producción. En la gran mayoría de las revistas, sus editoriales son universidades o departamentos vinculados a la comunicación y a las ciencias sociales. La periodicidad de estas revistas de comunicación es semestral o anual. La lengua de mayor presencia es el español y el segundo idioma es el portugués (CASTILLO ESPARCIA Y RUIZ MORA, 2011, p.16).

No todas las revistas que aparecen en Latindex tienen unos indicios de calidad. Menos de la mitad llega a ese umbral mínimo de calidad. Así que los editores de las revistas científicas de comunicación tienen todavía trabajo para mejorar la calidad, la revisión y la difusión de sus revistas científicas (CASTILLO ESPARCIA Y RUIZ MORA, 2011, p.16).

Análisis de los resultados y propuestas

Como se evidenció, la difusión de la producción científica en el campo de la comunicación ha sido dispersa y deficiente en toda América Latina y en Ecuador de forma particular. Los datos que manejamos son preocupantes ya que una treintena de revistas científicas del área de comunicación han dejado de existir según la base de datos Latindex. Debería quedar claro que no basta con levantar proyectos de investigación con metodologías validadas para recoger datos relevantes y novedosos, si finalmente éstos no aportan en la transferencia de conocimiento práctico a la sociedad y, en la adopción de políticas públicas. La difusión de la producción científica de la ciencia de la comunicación es una tarea pendiente en Latinoamérica. Solventar esta falencia, permitiría visibilizar y valorizar este campo del conocimiento.

Dinamizar la difusión científica en comunicación supone considerar los estándares de calidad propios del rigor científico de cualquier otra área de conocimiento sin excluir el uso de nuestros idiomas,

español y portugués principalmente, como forma de conservar y fortalecer la identidad cultural de la región. Otro punto importante a considerar en la producción científica actual es la adopción de una cultura de apertura para compartir la producción académica-científica bajo lógicas que incluyan el uso de recursos educativos abiertos y licencias de propiedad intelectual flexibles que, sin afectar los derechos de autor, permitan su circulación de forma libre. Un buen ejemplo de esto último sería adoptar los diferentes modelos de contratos de licencia contempladas en las *Creative Commons* (CC). La penetración del *copyleft* está transformando el mundo de las revistas científicas. El *open access* o acceso abierto es una alternativa real frente al monopolio de las grandes editoriales y las licencias *Creative Commons* son consideradas las vertientes o manifestaciones jurídicas del *copyleft*. Éste consiste en permitir la libre distribución de copias y versiones modificadas pero que los derechos de autor sean preservados (BAENA, 2011, p. 39). *Open access* se pone a disposición de todo el mundo; aún está poco extendido, pero ya está destacando en revistas científicas brasileñas (BAENA, 2011, p. 59).

La Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) mantiene desde enero del 2011 un convenio de cooperación académico con el Grupo Comunicar, asociación privada, profesional, no lucrativa, de larga trayectoria en España, fundada en 1988, y dedicada principalmente a temas de educocomunicación. Tanto el Grupo Comunicar como la UTPL están interesados en la difusión científica, el desarrollo y el fomento de las actividades de comunicación y educación. Ambos pretenden consolidar una cooperación a medio y largo plazo para crear comunidades de investigación, intercambio académico y en la constitución de redes temáticas de mutuo interés. Parte importante del acuerdo constituye, de forma concreta, la coedición para la zona andina de *Comunicar*, Revista Científica de Comunicación y Educación⁸¹ (cuyo ISSN es 1134-3478), indexada en el Journal

81 Revista Comunicar <http://www.revistacomunicar.com/>. Recuperado 21 de febrero de 2013.

Citation Reports (JCR⁸²), Scopus o Sociological Abstracts. También un convenio de coedición similar funciona en Chile para la difusión de la revista en el Cono Sur.

Comunicar es una revista bilingüe que recoge versiones en español e inglés de todos sus artículos. Se caracteriza por tener una vocación internacional y latinoamericana en sus trabajos, autores y temáticas. Cuenta con 1.522 artículos publicados de investigaciones, experiencias, reflexiones y propuestas. *Comunicar* está presente en 211 bases de datos internacionales, plataformas de evaluación de revistas, directorios selectivos, portales especializados y catálogos hemerográficos. Fue la primera revista en español en entrar en el *Journal Citation Reports* (JCR) en el área de comunicación desde 2007. La revista posee un riguroso y transparente sistema “de ciego” de evaluación de los manuscritos. Su criterio de calidad ha sido definido con claridad por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (Fecyt); también por prestigiosas bases de datos y plataformas de evaluación de revistas. Mantiene un consejo científico amplio internacional y nacional. Tiene una extensa red pública de evaluadores científicos de manuscritos. Edita monográficos especializados en temas de máxima actualidad. El grupo Comunicar mantiene doble formato de divulgación; la revista se difunde de forma impresa pero también digitalmente. Además es accesible a los artículos completos de forma gratuita a través de Internet.

La coedición está motivada de parte del Grupo Comunicar por la aspiración de mejorar los niveles de visibilidad de la publicación y aumentar sus impactos científicos en la comunidad universitaria,

82 JCR es una serie de indicadores que permiten conocer las citas que ha recibido una revista estableciendo jerarquías y comparaciones en un mismo campo científico de conocimiento. Sirve para conocer qué revistas más se consultan y se citan por los investigadores, cuáles tienen más impacto entre la comunidad científica. La función de JCR es diseñar herramientas cuantitativas para clasificar, evaluar, categorizar y comparar revistas científicas (CASTILLO-ESPARCIA, RUBIO-MORAGA Y ALMANSA-MARTÍNEZ, 2012, p. 250)

educativa y comunicativa. También responde a la política de excelencia universitaria de mejorar sus grupos de investigación del departamento de comunicación de la UTPL, a través de la incorporación de sus docentes-investigadores en el *staff* de la revista en diferentes funciones: comité científico, edición internacional, corrección, revisión, fotoperiodistas y en la traducción.

Desde la UTPL se distribuyen los ejemplares de la revista tomando en cuenta cinco focos de interés:

- 1 Alumnos matriculados de la Universidad de materias afines a la temática de la revista; investigadores, docentes, benefactores y autoridades.
- 2 Intercambios científicos de la UTPL con organismos similares de América en la perspectiva de crear canales de intercambio o trueque que permitan acrecentar el fondo de bibliografía de la Universidad.
- 3 Difusión promocional gratuita de la revista en centros de investigación de toda América, facultades de comunicación y facultades de educación, bibliotecas especializadas o universitarias, profesores e investigadores prestigiosos, catedráticos, docentes de excelencia especializados en la temática y autores consagrados.
- 4 Promoción en congresos, jornadas, eventos y encuentros científicos.
- 5 Distribución comercial.

Por otra parte, actualmente los docentes-investigadores de la UTPL preparan otra iniciativa, una revista de comunicación *online* en común acuerdo con la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) y con el liderazgo del Grupo de Investigación Novos Medios de la Universidad de Santiago de Compostela (España). La revista tiene por nombre *Cibercomunicación* y por objetivos promover y transmitir

el conocimiento científico de la comunicación en todas sus vertientes y soportes, preferente en asuntos relacionados con la comunicación multimedia; difundir la producción científica académica de las áreas de conocimiento de la comunicación; y contribuir al incremento de publicaciones científicas en el área de ciencias sociales. Será una publicación periódica en formato digital anual, con un número mínimo de 12 artículos que superen la revisión de pares por sistema de «ciego».

La revista *Cibercomunicación* formará parte de la meta-revista *PLaTCom*⁸³, Plataforma Latina de Revistas de Comunicación, proyecto que fue impulsado en el 2010 y que constituye un portal de revistas científicas de comunicación que busca el fomento, la promoción y la difusión del conocimiento científico de la comunicación social, el apoyo al fortalecimiento y reconocimiento de las revistas académicas que integren la plataforma, la organización de actividades académicas como congresos y cursos, la publicación de trabajos científicos sobre Comunicación Social, y la creación de una plataforma virtual que promueva las revistas de forma conjunta (LÓPEZ ORNELAS; ÁLVAREZ NOBELL Y HERRERO GUTIÉRREZ, 2012).

Resaltamos la importancia de que la futura revista digital tuviera redes sociales, como Facebook y Twitter, para que ampliaran la difusión de *Cibercomunicación*, aumentando su visibilidad y llegando a públicos más heterogéneos, numerosos y diversos. Ya que se reconoce la alianza científico-social de los nuevos modelos de comunicación (SEGARRA SAAVEDRA, PLAZA NOGUERA, Y OLLER ALONSO, 2011, p.79). *Cibercomunicación* surgirá únicamente *online*, sin impresión en papel. Los artículos serán alojados en Internet y estarán disponibles en acceso abierto.

Las revistas que integran Platcom son: *Miguel Hernández Communication Journal* (Universidad Miguel Hernández de Elche

⁸³ Se puede conocer más de Platcom en <http://plataformarevistascomunicacion.org/quienes-somos/>

– Alicante), *Revista Mediterránea de Comunicación* (Universidad de Alicante), *Fonseca Journal of Communication* (Universidad de Salamanca), *Pangea* (Red Académica Iberoamericana de Comunicación– RAIC), *Fotocinema* (Universidad de Málaga), *TecCom Studies* (Universidad Complutense de Madrid), *Communication Papers* (Universidad Girona) e *Index Comunicación* (Universidad Rey Juan Carlos).

Las dos iniciativas en las que ha emprendido la UTPL respetan el principio ético de no interferir en la calidad de los contenidos y por lo tanto en el origen de ellos. El equipo de trabajo tiene presente que no son canales de difusión de la producción científica propia, sino ejercicios para entender las rutinas y lógicas alineadas en la escritura, edición, corrección, indexación y referencia de los artículos científicos, que hoy como nunca antes se empieza a mirar como un nicho de investigación que además aporta a la creación de una cultura editorial del investigador que buena falta hace en nuestros países.

Dejando de lado la endogamia⁸⁴ lo que se pretende es contribuir a extender el número de canales de difusión, desde la convicción de que el horizonte de publicación no puede reducirse a unas cuantas revistas porque el entorno académico es grande y los autores consagrados, así como los nuevos actores, deben contar con alternativas para difundir sus investigaciones.

Si bien las revistas nuevas no tendrán en un inicio la indexación que la seriedad, la buena gestión y la experiencia les dará, constituirán verdaderos campos de entrenamiento para que, por un lado, los autores puedan ir escalando en la calidad de los artículos que preparan y también será una alternativa para disminuir, en algo, la sobresaturación de trabajos que llegan para revisión a las revistas

84 Las normas de evaluación de las revistas de primer nivel contemplan un tope reducido de autores del organismo editor; por lo general más del 80% de los autores deberán ser externos a la organización editora y a sus comités (DE PABLOS; MATEOS y ARDÉVOL, 2012).

con mayor factor de impacto. “Las consecuencias de este tipo de estrategias se podrán ver dentro de unos años. No es inmediato. Una revista científica es como un manzano. Necesita tiempo para dar frutos” (DE PABLOS; MATEOS Y ARDÉVOL, 2012, p.10).

Conclusiones

Desde las universidades y más concretamente desde los departamentos de comunicación y ciencias sociales son los que están impulsando la mayor actividad de las revistas académicas sobre comunicación.

Las posibilidades de la Red y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) están propiciando a las universidades y editoriales la posibilidad de crear revistas *on line* abaratando así los costes. Internet proporciona a las revistas mayor impacto, difusión, participación, facilidad de acceso para los lectores y agilidad en el trabajo. En estas líneas está trabajando la UTPL. Publica una revista de gran impacto de manera impresa para el área andina y crea una revista *online* con otros departamentos de universidades afines.

A pesar del aumento de las revistas científicas de comunicación en los inicios del siglo XXI sigue siendo deficitario. La presencia de varios idiomas es importante para contribuir en la difusión de la actividad científica. Así, la *Revista Comunicar* ha apostado por el español, el inglés y, como novedad, el chino (el idioma más hablado en el mundo). Las universidades deben seguir apostando, impulsando y ayudando la actividad científica en comunicación. Así se puede dar una mayor legitimidad a las publicaciones científicas que cuentan con el apoyo de los departamentos universitarios.

Contar con una versión *on line* de la revista y disponer de artículos en varios idiomas (como pueden ser el castellano, el portugués o el inglés) supone tener una mayor repercusión. Esto va a favorecer el acceso a los contenidos, incide en la visibilidad de la publicación y en

su impacto ya que será más veces referenciado. También favorece la colaboración entre autores de diferentes instituciones y países.

Finalmente, se debe considerar que la difusión de la producción académica-científica y divulgativa incluye, además de los artículos, un conjunto de recursos como: presentaciones, charlas, ponencias, congresos, videos, estudios de caso y demás recursos que permitan socializar la ciencia; además recordar que en la sociedad del conocimiento se debe hacer uso de las inmensas posibilidades que ofrece Internet.

Todos estos datos mencionados son la base para preparar estrategias comunes y modelos de actuación en revistas latinoamericanas de comunicación. Las bases de datos propias latinoamericanas, como Latindex, Internet y las TIC se están conformando como herramientas claves para el acceso y visibilidad en esta nueva sociedad de la comunicación y de la información. Podemos afirmar que aquellas revistas científicas que no se encuentren en la Red ya no serán visibles ni accesibles. El futuro es liberar los artículos científicos para que sean accesibles y de una forma gratuita. También debe de haber una reflexión sobre el movimiento Open Access como alternativa al monopolio de las grandes editoriales. Hay que aumentar la presencia en bases de datos, hemerotecas, catálogos nacionales e internacionales y colaborar con otras revistas del área de la comunicación. Así el impacto de las revistas de comunicación latinoamericanas podrá ser observado en un futuro, cuando continúen aumentando su acceso y visibilidad.

Referencias bibliográficas

BAENA, F.. "Las revistas iberoamericanas de Ciencias Sociales en el nuevo marco del Open Access y las licencias Creative Commons" en Fonseca-Mora, M.C. (Coord.). **Acceso y visibilidad de las revistas científicas españolas de Comunicación**. Sociedad Latina de Comunicación Social. La Laguna (Tenerife), 2011. Recuperado 3/2/2013 <http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/artesanos.html>

- BEDAVIDES DELGADO, J. "La investigación en comunicación y publicidad: nuevos temas y problemas". **Questiones Publicitarias**, Vol. I, nº 17, 2012.
- CASTILLO ESPARCIA, A. y RUIZ MORA, I. "Las revistas científicas españolas de comunicación en Latindex" en Fonseca-Mora, M.C. (Coord.). **Acceso y visibilidad de las revistas científicas españolas de Comunicación**. Sociedad Latina de Comunicación Social. La Laguna (Tenerife), 2011. recuperado 3/2/2013 <http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/artesanos.html>
- CASTILLO, A. y CARRETÓN, M.C.. "Investigación en comunicación. Estudio bibliométrico de las revistas de comunicación en España". **Comunicación y Sociedad**. Vol XXIII Nº2, 2010.
- CASTILLO-ESPARCIA, A.; RUBIO-MORAGA, A. y ALMANSA-MARTÍNEZ, A. "La investigación en comunicación. Análisis bibliométricos en las revistas de mayor impacto ISI". **Revista Latina de Comunicación Social**, nº 67, 2012.
- DE PABLOS, J. M.; MATEO-MARTÍN, C.; ARDEVOL-ABREU, A. "Revistas españolas de Comunicación: fuera de la política científica oficial, deslegitimada". **Revista Latina de Comunicación Social**, 67, 2012. Disponible en <http://www.revistalatinacs.org/067/alma/tarragona-revistas.pdf> (recuperado 22/02/2013).
- DE PABLOS, J.M. "Productividad científica e índice de impacto de las revistas españolas de Comunicación" en Fonseca-Mora, M.C. (Coord.). **Acceso y visibilidad de las revistas científicas españolas de Comunicación**. Sociedad Latina de Comunicación Social. La Laguna (Tenerife), 2011. recuperado 3/2/2013 <http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/artesanos.html>
- DÍAZ, M. et al. "El futuro de las revistas científicas españolas: un esfuerzo científico, social e institucional". **Ardeola**, nº 48 (1), 2001.
- JONES, D.E. "Les revistes teòriques sobre comunicació audiovisual a l'iberoamèrica". **Quaderns del CAC**, nº 17, 2003.
- LÓPEZ ORNELAS, M.; ÁLVAREZ NOBELL, A. y HERRERO GUTIÉRREZ, A. "Plataforma Latina de Revistas de Comunicación: análisis cibernético e inmersión en las redes sociales". **Actas –IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social- IV CILCS**, 2012.

- LÓPEZ-ORNELAS, M. "Estudio cuantitativo de los procesos de comunicación de Revista Latina de Comunicación Social (RLCS), 1998-2009". **Revista Latina de Comunicación Social**. Nº 65, 2010.
- MARTÍNEZ NICOLÁS, M. y SAPERAS LAPIEDRA, E. "La investigación sobre comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas". **Revista Latina de Comunicación Social**. Nº 66, 2011.
- PATALANO, M. "Las publicaciones del campo científico: las revistas académicas de América Latina". **Anales de documentación**, Nº 8, 2005.
- SANTONJA, L. Informe sobre la calidad de las revistas en el área de comunicación. Versión 2011. **Revistas mejor valoradas en los sistemas de evaluación**. Universidad Carlos III de Madrid, 2011.
- SEGARRA SAAVEDRA, J.A.; PLAZA NOGUERA, A. y OLLER ALONSO, M. "Presencia y gestión de la comunicación de las revistas científicas de Ciencias Sociales en Internet y los Social Media" en Fonseca-Mora, M.C. (Coord.). **Acceso y visibilidad de las revistas científicas españolas de Comunicación**. Sociedad Latina de Comunicación Social, 2011. La Laguna (Tenerife), recuperado 3/2/2013 <http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/artesanos.html>
- SIGUERO GUERRA, M. "Hacer saber, objetivo final del investigador en comunicación". **Área Abierta**, nº 19 Marzo, 2008.