

Panorama actual de las revistas en línea de comunicación indexadas a la base de datos “Latindex”

Current overview of online communication magazines indexed to the “Latindex” database

Visão geral atual das revistas de comunicação online indexadas à base de dados “Latindex”

**Razón
y Palabra**

e-ISSN: 1605 -4806

VOL 24 N° 110 Enero - Abril 2021 Monográfico pp. 254-281

Recibido 23-12-2021 Aprobado 15-05-2021

<https://doi.org/10.26807/rp.v25i110.1746>

Amelie Montero

España

Universidad de Málaga

amelie.montero@gmail.com

Wilma Garrido

Cuba

wgarrido@estudiantes.fcom.uh.cu

Resumen

Panorámica actualizada de las revistas en línea de comunicación en la base de datos de Latindex, según su metodología de evaluación, editoriales universitarias e idiomas de publicación de estas.

Palabras clave: revistas de investigación - Latindex - editorial universitarias - comunicación.

Abstract

Updated summary of the online communication journals in the Latindex database, according to their evaluation methodology, university editorials and languages of publication.

Keywords: research journals - Latindex - university editorial – communication

Resumo

Visão geral atualizada dos periódicos de comunicação online da base de dados Latindex, de acordo com sua metodologia de avaliação, editoras universitárias e idiomas de publicação.

Palavras chave: revistas de pesquisa - Latindex - editorial universitário – comunicação

1. Introducción

Visibilizar la ciencia se ha convertido en una corriente dinámica y casi obligatoria. Debido a la necesidad de compartir contenidos y objetivos de análisis que puedan o no resolver problemas básicos. La divulgación y la promoción de la ciencia es esencial para la evolución de la sociedad. Actualmente existen muchos canales para divulgar la ciencia, siendo algunos de ellos las ponencias, conferencia, artículos, tesis o ensayos. El autor Francisco Ganga (2016) defiende que “Publicar en una revista académica debiera representar el punto culmine de toda investigación. Ello posibilita la divulgación de los resultados de un trabajo minucioso y muchas veces largo y paciente de uno o varios investigadores.” Ganga et al. (2016, p.616) Igualmente, otros expertos piensan y sugieren que “la investigación culmina cuando el resultado es comprendido por los interesados.” Cáceres, G (2014, p.7). Es decir, investigar es una acción de necesidad primordial para la sociedad, debido a la oportunidad que brinda de conocer y entre los procesos, así como facilitar posibles soluciones, pero si no visibilizamos los resultados y sobre todo en los lugares indicados para ellos, no existe manera de conocer y poder evolucionar a más.

Los espacios generados para el conocimiento y la divulgación son las bases de datos y los grandes almacenes de información científica que avalan y certifican la culminación de la divulgación científica, partiendo de la categoría de las revistas, así como su índice de impacto. Hoy en día, las revistas científicas son el principal medio de comunicación para la mayoría de las ciencias (Corera-Álvarez & Molina, 2016, p.278) y las tendencias actuales exigen para la divulgación científica altas calificaciones y reconocimientos de los resultados. En este sentido muchas bases de datos generan mecanismos y metodologías para la clasificación de revistas y estas, a su vez, son cada vez más rigurosas para la aprobación de nuevos artículos. Tal y como afirman Esparcia y Nobell las bases de datos y los parámetros de calificación se ven sometidos a la demanda intelectual dependiendo de la política editorial y lo entornos geográficos de mayor reconocimiento científico frente a otros. Esparcia et al. (2013, p.151)

En la estrategia de difusión de los avances científicos juegan un papel clave las editoriales, las cuales reúnen la mayoría de las fuentes de información científica de diferentes

áreas de actuación. Dichas editoriales pueden ser comerciales, universitarias o sociedades científicas que cumpla con las políticas editoriales correspondiente a la base de datos de interés. La mayoría de las revistas calificadas de primer nivel son generadas por editoriales comerciales, ocupando un bajo porcentaje de representatividad las revistas que son desarrolladas por editoriales universitarias o asociaciones científicas. No obstante, encontramos que el mayor porcentaje del respaldo editorial universitario lo tienen las revistas latinoamericanas

En lo que respecta a las revistas universitarias españolas, Correrá-Álvarez & Molina-Molina (2016) refieren una serie de problemas:

presentan serios problemas para mantener la regularidad y muchas lagunas en el Peer-Review (...) la edición universitaria presenta peores resultados que la edición no universitaria (...) las revistas españolas están poco profesionalizadas, son irregulares, con muchos problemas en los procesos de evaluación, poco visibles y relevantes. (Ruiz-Pérez et al., 2015, p. 10 citado por Correrá-Álvarez, E. & Molina Molina, M. 2016, p.281)

Los criterios y la política de publicación varían en las universidades pertenecientes a los países de iberoamericanos, debido a la importancia que le dan a la oportunidad de visibilizar y promocionar la investigación científica desde las universidades.

Partiendo del amplio método de publicaciones, prevalece la necesidad de crear un sistema de jerárquico para las revistas, motivado por las editoriales, con el objetivo de delimitar la influencia de revistas científicas no pertenecientes a empresas editoriales. Desde dicho sistema escalonado y de identificación de publicación científicas, que puedan influir al entorno investigativo, es por lo que en esta investigación analizamos un grupo de indicadores bibliométricos, en los cuales está el idioma en que publican las revistas, la periodicidad, así como la editorial que gestionan las revistas de comunicación. Para ello escogimos la base de datos de Latindex, siendo esta la principal base de datos que recopila la mayor actividad científica de América Latina [1]. La base de datos de Latindex se denomina a sí misma con un sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Dentro de la misma plataforma encontramos que Latindex incluye revistas de investigación científica, técnico-profesionales y de divulgación científica y cultural. Las revistas pueden ser impresas o electrónicas, de todas las disciplinas científicas. Por otra parte, declara en su propia descripción que cuenta con dos servicios principales de información: 1. Directorio, que ofrece datos bibliográficos y de contacto de todas las revistas registradas y 2. Catálogo, compuesto por las revistas con más altos estándares de calidad de acuerdo con la metodología de Latindex [2]. Para esta investigación solo estaremos recopilando los datos de las revistas en línea de comunicación de los iberoamericanos, indexadas en dicha base de datos.

1 <https://www.latindex.org/latindex/inicio>

2 <https://www.latindex.org/latindex/descripcion>

Los datos recogidos, nos posibilitan caracterizar las publicaciones científicas y su progreso, para ello nos apoyaremos en una investigación previa a esta, realizada por los autores Esparcia, A. C., & Ruiz, I. (2011), sobre “Las revistas científicas de Comunicación en Latindex” en el 2011 quienes realizan una investigación de las revistas impresas y en línea de comunicación basándose principalmente en la cantidad de revistas por país, el idioma (español, inglés y portugués) y la clasificación de estas en el catálogo 1.0. Esta investigación previa nos permitirá obtener resultados comparativos dentro de un periodo de tiempo de 10 años, aunque de igual manera estaremos haciendo un análisis general del estado actual de todas las revistas desde sus años de inicio en la base de datos de Latindex. También hemos querido centrar la atención en las editoriales universitarias presentes en las bases de datos, para conocer si son mayoría actualmente y tener un promedio de revistas por país y editorial universitaria, así como el idioma utilizado. Además, estaremos considerando la metodología de evaluación del catálogo 2.0 así como las características no cumplidas de ambas metodologías (catálogo 1.0 y catálogo 2.0).

1.1 Objetivos

Nuestro objetivo principal es analizar el panorama actual de las revistas en línea de comunicación en la región de Latinoamérica, España y Portugal, hasta la actualidad del 2021.

Para ello nos basaremos en:

1. Analizar el progreso de la producción científica en un periodo de años del 2011 al 2021. (Número de revistas en línea de comunicación por países y los idiomas empleados)
2. Identificar el número de revistas en línea de comunicación según su situación actual en Latindex, definiendo el año de iniciación, número acumulado de revistas aún vigentes, por década de creación y el número de revistas por región con solo el subtema de “Ciencias de la comunicación”
3. Analizar las editoriales de las revistas en línea de comunicación, principalmente estaremos buscando el número de revistas editadas por universidades y por región.
4. Identificar el número de revistas en línea de comunicación que cumplen con los parámetros establecidos por el sistema Latindex del catálogo 1.0 (2002-2017) y el catálogo 2,0 (2018) (características cumplidas y no cumplidas)

2. Marco referencial

Los inicios de la conformación de la tan importante herramienta que son las bases de datos para la visibilidad y divulgación de la actividad científica datan del siglo XX, donde se comienza a imprimir colecciones de documentos que se van publicando como

revistas de Resúmenes (*ABSTRACTS*). Por aquel entonces existía el *Chemical Abstracts* para la especialidad de química y el *Biological Abstracts* para la biología. Dichas colecciones comenzaron a automatizarse con el renacer de la informática, hecho que facilitó la consulta y repartición de la información digital de aquel entonces. Hoy en día, esos resúmenes se les nombra investigaciones científicas, convirtiéndose en un producto de acreditación investigativa, y estas son publicadas en revistas reconocidas dentro del gremio de académicos e investigadores. Estas publicaciones se recopilan en las llamadas bases de datos, específicamente en bases de datos con contenido científico-técnico, vistas en formato de artículos de revistas, libros, tesis, congresos entre otros. Cada una de estas publicaciones están emparejadas por área temática, con el fin de agrupar la producción científica sobre disciplinas profesionales. Muchas bases de datos también hacen referencia a documentales o bibliografías que contienen referencias e información sobre documentos, aunque también contiene textos completos, generalmente en formato PDF.

Las bases de datos científico-técnico, se consideran fuentes de información relevantes, las cuales benefician a sus interesados en estar informados sobre la actualidad del campo de investigación correspondiente. Conocer que ha publicado algún investigador determinado, así como saber cuáles son las revistas que publican más sobre algún tema específico, es lo más importante, y determinante para cualquier investigación inicial. Las bases de datos y las búsquedas dentro de ellas, ayuda a conocer que institución o universidad está investigando sobre el tema de interés. Y es aquí donde la universidad toma relevancia o no sobre la visibilidad y la reputación, debido al papel fundamental que puede jugar como editoras de la actividad científica y ser reconocida en las bases de datos correspondientes.

La búsqueda de publicaciones científicas en las bases de datos responde, como hemos explicado, a su tipología, y una vez dentro de las bases de datos, se convierte en interfaces de búsqueda intuitivos, creado para todo tipo de usuario interesado en encontrar el contenido deseado a través de la barra de búsqueda o de la búsqueda avanzada que brindan muchas de los dichos sistemas de datos. En la actualidad, debido a la gran cantidad de datos que recopilan día tras día estas fuentes de información, la búsqueda de la misma se convierte en muchos resultados encontrados, es por ello que, para acotar la búsqueda, las bases de datos están diseñados para generar filtro que permitan una recuperación de resultados encontrados más reducida. Los filtros habituales son “año” “idioma” “tipos de documentos”, así como otros filtros específicos que usan las bases de datos específicas. Los motores de búsqueda en el sector científico-técnico cada vez son más grandes, coexistiendo actualmente más de una docena de estas, dentro del entorno científico-técnico. Ahora bien, lo que más puede definir y caracterizar a las bases de datos es la calidad editorial y la calidad científica, muchas bases de datos son preferencia de la comunidad científica dependiendo de las revistas que la componen.

Existen bases de datos específicas para cada área, así como otras que responde a una variedad de temas. En el entorno de las ciencias sociales coexisten las bases de datos compuestas por revistas de diferentes disciplinas, entre ellas encontramos las temáticas

de humanidades, derecho, ciencias de la información, filosofía, historia, ciencias de la comunicación entre otras. Desde nuestro punto de análisis que son las revistas de comunicación indexadas en las bases de datos, partimos del origen de la creación de la propia carrera, una carrera relativamente joven como lo son periodismo y comunicación. En algunos países se desarrolla el periodismo y la comunicación como una carrera unida, en otros como disciplinas aparte, pero no deja de ser cierto que la investigación propia de estas áreas ha ido proliferando y apoyando el objetivo principal de la divulgación de la ciencia, permitir que los hallazgos de las investigaciones beneficien y trascienda de investigador a investigador para un mejor desarrollo de la profesión. Las revistas de comunicación en las bases de datos, ha debido obtener su propio esfuerzo para que sus contenidos y con ellos los autores sean considerados investigadores del conocimiento, sobre todo por las maneras cambiantes de las políticas editoriales y por las evaluaciones de las bases de datos.

Muchos son las normativas que imperan en el entorno científico de la ciencia de la comunicación, tanto en la propia investigación como en el medio cada vez más complejo y empresarial de las publicaciones científicas (Cetto, 2015). Por suerte las experiencias del entorno científico del primer mundo y la basta divulgación de la ciencia de la comunicación en país con menos desarrollados, generaron más espacios para la promoción científica de esta disciplina, con la intención de visibilizar la comunicación desde sus diferentes puntos de vistas entre científicos del todo el mundo. La necesidad de agrupar, incentivar, gestionar contenido científico generado por una comunidad hispano hablante y menos visible en los entornos científico, es que surge la iniciativa del sistema Latindex, desarrollado y diseñado por la Universidad Autónoma de México.

Latindex se inicia desde I Taller de Publicaciones Científicas de América Latina, celebrado en noviembre de 1994 en Guadalajara, México. Científicos y editores participaron en dicho evento, tratando la polémica y las intenciones de dichas publicaciones (Cetto, 2015) se oficializo 1995 y actualmente está integrado por los siguientes países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, España, México, Puerto Rico, Portugal, Uruguay y Venezuela (Román et al. 2002)

La principal misión de Latindex es difundir la calidad de las revistas científicas y académicas editadas por la región correspondiente. Latindex argumenta sus propios objetivos para promocionar la ciencia [3]:

1. Integrar los esfuerzos que se realizan en la región en materia de producción, difusión, registro y uso de las revistas académicas
2. Reforzar y elevar la calidad e impacto de nuestras revistas
3. Dotar de mayor visibilidad y cobertura internacional a las revistas iberoamericanas
4. Utilizar la información procesada para la elaboración de subproductos

3 <https://www.latindex.org/latindex/descripcion>

5. Influir en los ámbitos nacional e internacional en materia de información, documentación y publicación científica

Declara sus principales usuarios a los investigadores, docentes, estudiantes, editores bibliotecarios y especialistas de la información que intercambien y generen información científica y sus temáticas cubren todas las disciplinas calificadas en siete grandes grupos: Artes y humanidades; Ciencias agrícolas; Ciencias de la ingeniería; Ciencias exactas y naturales; Ciencias médicas; Multidisciplinarias y Ciencias sociales, cada tema general esta subdividido por otras áreas del conocimiento. Nuestro tema de interés para esta investigación son las ciencias sociales, específicamente las revistas en línea de Comunicación, dentro de las cuales encontramos variados subtemas que responden a Antropología, Ciencia política y administración pública, Ciencias de la comunicación, Educación, Geografía, Historia, Sociología entre otras. Además, su idiomática esta compuesta por varios idiomas, siendo los principales y más usados por las revistas el idioma español, inglés y portugués.

Latindex tiene un amplio abanico de temáticas y dentro que cada temática un gran número de revistas, las cuales clasifica con su propia metodología, con el objetivo de que las revistas cumplan unos requisitos mínimos de calidad. Desde el plano de la metodología diseñada para medir la calidad de las revistas, encontramos que Latindex [4] tuvo una primera versión de catálogo, la cual fue lanzada en el 2002 y dejó de gestionarse en el 2017 para las revistas impresas. Para este catálogo (2002-2017) se concibieron criterios de calidad editorial que deberían cumplir todas las revistas, así como en la fijación de los niveles mínimos de cumplimiento de esas características o criterios por parte de las revistas para poder ser incluidas en el Catálogo LATINDEX. (Román et al. 2002, p.288) las cuales se agrupan en las siguientes categorías:

- Características básicas. Incluye ocho características imprescindibles en una, sin las cuales la revista concernida no debe pasar a ser evaluada. Podría decirse que serían requisitos de partida.
- Características de presentación de la revista. Se reúnen aquí diversos aspectos formales de normalización que afectan a la identificación de la revista y a su presentación.
- Características de gestión y política editorial. En este apartado se agrupan elementos como: objetivos de la revista, mecanismos de selección de originales empleados, apertura de las contribuciones, presencia en bases de datos, etc...
- Características relativas a los contenidos. Las características aquí apuntadas no se refieren a la calidad de los contenidos sino a la proporción o peso de los contenidos científicos originales sobre otro tipo de materiales, a la presencia de elementos que faciliten la difusión de este contenido como resúmenes y palabras clave, así como a las orientaciones y normas que se dan a los autores

4 <https://www.latindex.org/latindex/docuElectHist>

La valoración de las revistas de Ciencias Sociales y Humanidades, desde la perspectiva de su inclusión o no ha partido de la aplicación de los criterios LATINDEX de calidad editorial, dirigidos especialmente a medir la difusión internacional, así como por una valoración global de las revistas (formas y contenidos) a juicio de los analistas documentales. (Román et al. 2002, p.289)

A partir del 2018 la metodología para revistas en línea fue sustituida por el nombrado catálogo 2.0. En la primera versión como metodología de medición el 70 % de las revistas cumplían las exigencias de la nueva metodología del catálogo. En la vieja metodología para las revistas en línea existían 36 características cuyo cumplimiento era verificado con los tres últimos folletos publicados. Se debían cumplir 8 características obligatorias y 17 de las restantes características, para un mínimo de 25 cumplidas.

Los parámetros o características que estructuran la clasificación de revistas en línea del catálogo 2.0 tienen un total de 38 elementos para calificar. Las características de cumplimiento están definidas por características de cumplimiento obligatorio, son un total de 7 características, las cuales cada revista debe tener cumplidas para poder formar parte del catálogo. El objetivo de este cambio de metodología, según plantea en la documentación de metodología de Latindex, es reforzar el papel pedagógico y didáctico que Latindex ha venido desempeñando con las personas editoras desde la aparición del Catálogo en 2002 debido a la necesidad de adaptarla a los nuevos métodos de comunicación científica.

En este sentido las características que forman parte de la metodología del actual catálogo 2.0, redefinido en marzo del 2018 tiene cinco bloques de un total de 38 características para medir la calidad de las revistas en línea o también llamadas por Latindex como revistas electrónicas.

Los elementos para evaluar entre un catálogo y otro varían en su organización de características por bloque, y también la redacción y nombre de las características, igualmente como ya hemos señalado, varía en cantidad de características.

Las características del catálogo 2.0 son las siguientes:

- **Características básicas:** 1. Responsables editoriales, 2. Generación continua de contenidos, 3. Identificación de la autoría, 4. Entidad editora de la revista, 5. Instrucciones para publicar, 6. Sistema de arbitraje, 7. ISSN.
- **Características de presentación:** 8. Navegación y funcionalidad en el acceso a contenidos, 9. Acceso histórico al contenido, 10. Mención de periodicidad, 11. Membrete bibliográfico al inicio del artículo, 12. Afiliación institucional de los miembros de los cuerpos editoriales, 13. Afiliación de las personas autoras, 14. Fechas de recepción y aceptación de originales.
- **Características de gestión y política editorial:** 15. Definición de la revista, 16. Documentos con autoría externa, 17. Apertura editorial, 18. Servicios de información, 19. Cumplimiento de periodicidad, 20. Políticas de acceso y reúso, 21. Código de ética, 22. Detección de plagio.

- **Características de contenido:** 23. Contenido original, 24. Referencias bibliográficas adoptando una norma, 25. Exigencia de originalidad, 26. Resumen, 27. Resumen en dos idiomas, 28. Palabras clave, 29. Palabras clave en dos idiomas, 30. Cantidad de artículos publicados por año.
- **Características de revistas en línea:** 31. Uso de protocolos de interoperabilidad, 32. Uso de diferentes formatos de edición, 33. Servicios de valor agregado, 34. Servicios de interactividad con la persona lectora, 35. Buscadores, 36. Uso de identificadores uniformes de recursos, 37. Uso de estadísticas, 38. Políticas de preservación digital.

A grandes rasgos, podemos decir que la variación que existe de una metodología a otra no es solo la incorporación de dos características más en el catálogo 2.0, según el documento sobre la metodología del catálogo 2.0 en Latindex, la nueva metodología tiene un reacomodo de características y como reto adicional para Latindex, es tener un mismo modelo de calificación a revistas con diferentes objetivos (investigación, técnicas y de divulgación). Cada una de las características que conforman el Catálogo 2.0 de Latindex se comprueba única y exclusivamente con la información visible y consultable en el sitio web institucional u oficial de cada revista; de esta manera también se estimula la observación de normas y buenas prácticas editoriales en la gestión y diseño de las páginas web. De tal manera hemos planteado revisar ambas metodologías que miden la calidad de las revistas en línea, debido a que los resultados obtenidos con el Catálogo 1.0 (2002-2017) seguirán consultables en el registro de cada revista, solamente como una referencia histórica y además nos permitirá hacer algunas comparaciones partiendo del estudio mencionado anteriormente en el 2011 y el nuestro en el 2021, como resultante conoceremos el panorama actual de las revistas en línea de comunicación indexadas en Latindex. Quisiéramos puntualizar que, dentro de la bibliografía consultada, todos los estudios realizados sobre Latindex y sus metodologías figuran antes de la puesta en marcha de la nueva metodología, por lo que pueda resultar de interés los resultados obtenidos en las estadísticas de las características cumplidas y no cumplidas.

De igual manera estaremos analizando algunos parámetros de las revistas como es la “situación actual” que Latindex define como “vigente”, “Cesada”, “Dejo de publicarse” y “desconocida”. Es un modo para Latindex de conocer la actualidad de las revistas, debido a que la editorial ingresa alguna revista con un nombre y debe mantenerse así. En dependencia de si ha sido modificado o ha dejado de publicar en lapso de 2 años alguna revista, Latindex deja de reconocer la revista como en estado de “vigente”.

3. Metodología

Para el desarrollo de la investigación pretendemos conocer el panorama actual y las características de las revistas en línea de comunicación indexadas en Latindex de las regiones de Latinoamérica, España y Portugal desde sus inicios hasta el año 2021.

Siguiendo el propósito de la investigación nos hemos basado principalmente en el análisis de las revistas en línea de comunicación según la metodología de evaluación de Latindex [3] con las características cumplidas y no cumplidas del catálogo V 2.0 (2018) y el catálogo V1.0 (2002-2017) accediendo a una comparativa entre las mismas revistas. Realizaremos una investigación con datos cuantitativos que nos permitirá obtener resultados comparativos, sobre todo cuando aplicamos el análisis a la estructura de un perfil de las revistas en línea, como lo son el “año de iniciación”, la entidad editora haciendo hincapié en las editoriales universitarias, así como las revista en línea de comunicación que estén conformadas solo por el subtema de “ciencias de la comunicación”, así como una aproximación estadística de las revistas en línea de comunicación dependiendo de su situación (vigente, cesada, dejó de publicarse y desconocida). La relación de las revistas en línea de comunicación evaluadas según las dos metodologías de Latindex nos lleva al análisis principal de conocer el estado actual de las misma en el periodo del 2021. Igualmente haremos un análisis del progreso de las revistas en línea de comunicación, partiendo de los datos obtenidos según el estudio realizado en la siguiente referencia Esparcia, A. C., & Ruiz, I. (2011, p.8) de las revistas en líneas de comunicación en Latindex [6]. El análisis de las dos etapas 2011 y 2021 de dichas revistas, nos permite contrastar la variación de la actividad científica de revistas en línea de comunicación en un periodo de 10 años. Además, estaremos realizando comparativas de las revistas por región, el uso de los diferentes idiomas, lo cual facilita la obtención de resultados y posteriores conclusiones.

La muestra se conformó por 320 revistas que cumplen con las características señaladas, indexadas en Latindex. Para obtener los datos pertinentes, se accedió a la web de la base de datos [7]. De la muestra conformada, 13 revistas están en situación “Dejó de publicarse” y otras 5 revistas se encuentra en situación “Desconocida” según el perfil indexado, no obstante, sigue ofreciendo datos en la web de Latindex, por lo que igualmente se someterá análisis. Para poder hacer uso de la herramienta de investigación empleada, hemos creado una ficha de análisis que se estructura en tres elementos básico, el primer elemento es el perfil de la revistas, está compuesto por “título de la revista”, “país”, “editorial”, “ISSN”, “situación”, “año de inicio” y “subtema”, el segundo y tercer elemento es el Catálogo 2.0 (2018) y el catálogo 1.0 (2002-2017) que están compuesto por los principales criterios de evaluación ofrecidos por la base de datos, los cuales son las “Características cumplidas” y las “Características no cumplidas”. Con esta descripción, podemos obtener el panorama en cuestión de las revistas científicas en línea de comunicación, así como una comparativo con periodos de análisis anteriores.

5 <https://www.latindex.org/latindex/meto2>

6 <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/5321>

7 <https://www.latindex.org/latindex/bAvanzada>

4. Hallazgos

4.1 Producción científica en un periodo de años del 2011 al 2021

Comenzamos analizando el número total de revistas en línea de comunicación por país que aparece en la base de datos de Latindex. De las 320 revistas estudiadas en el periodo de análisis 2021, la siguiente tabla (1) muestra que la región de América Latina posee un total de 238 -distribuidas entre diferentes países-, mientras que España 71 y Portugal un total de 11 revistas.

Tabla 1: Cantidad de revistas en línea de comunicación por países en América Latina, España y Portugal según Latindex.

Argentina	40	Paraguay	2
Brasil	121	Perú	4
Chile	9	Puerto rico	2
Colombia	10	República dominicana	1
Costa rica	2	Uruguay	4
Cuba	1	Venezuela	10
Ecuador	9	América latina	238
México	22	Portugal	11
Panamá	1	España	71

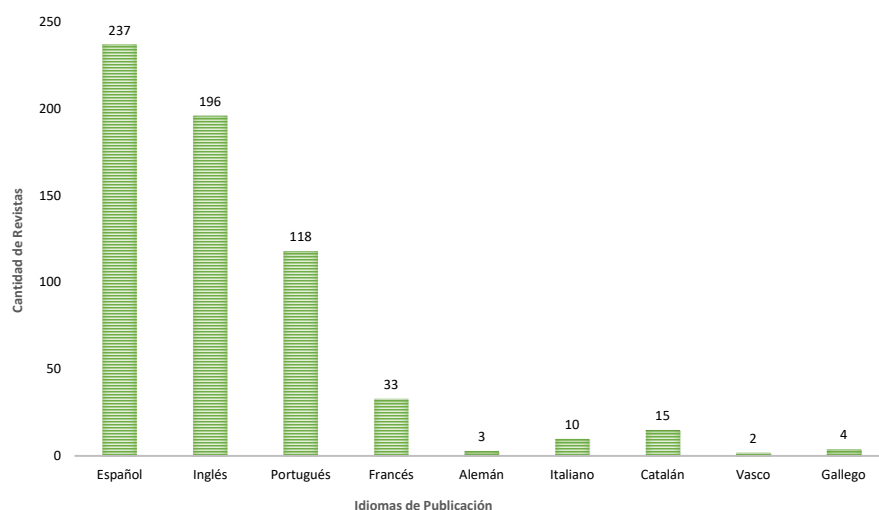
Fuente: Realización propia de las autoras

Los datos expuestos en la tabla (1), indica la cantidad de revistas pertenecientes a América Latina (238), número que representa el 74.3% de la muestra total de publicaciones de la tipología en cuestión. Asimismo, España posee el 22.1% y Portugal el 3.4%. Brasil se encuentra como el país de mayor actividad en lo referido a las publicaciones de revistas científicas en el ámbito de la comunicación (121), seguida por España (71). Otro elemento analizado es la evolución de revistas en línea de comunicación surgidas y analizadas por Esparcia, A. C., & Mora, I. M. R. desde del año 2012. Ellos exponen en sus estudios que “Brasil (34) y España (28) se postulan como los países con una mayor actividad en lo que se refiere a la publicación de revistas científicas en el ámbito de la comunicación. A una distancia considerable se sitúan Venezuela (9), México (7), Argentina (7), Colombia (5), Portugal (5), Chile (5), Perú (3) y Puerto Rico (1). En total son 10 países que aglutinan toda la producción.” Esparcia, A. C., & Mora, I. M. R. (2011, p.9). Observando el total de revistas incorporadas en el periodo de 2012 al 2021, Brasil (87) y España (43) han aumentado considerablemente el número de revistas en línea de comunicación, así como Venezuela (1) México (15), Argentina (33), Colombia (5), Portugal (6), Chile (4), Perú (1) y Puerto Rico (1). Debemos destacar, que a la lista de países con revistas en línea analizadas hasta el año 2012 se incorporan en estos 10 años hasta el 2021, revistas en línea de los países Ecuador (9), Cuba (1), Costa rica (2), Panamá (1), Uruguay (4), Paraguay (2) y Republica Dominicana (1). De estos resultados el más relevante es la incorporación de revistas en línea de comunicación de Argentina, con un

total de 33 revistas en un periodo de 10 años. Convirtiéndose actualmente el tercer país con más revistas en línea de comunicación en Latindex

En cuanto a las publicaciones en diferentes idiomas, en la muestra total en cuestión (320) hay publicaciones en 9 idiomas: español (74%), inglés (61.2%), portugués (36.8%), francés (10.3%), alemán (0.9%), italiano (3.1%), catalán (4.6%), vasco (0.6%) y gallego (1.25%). En la siguiente grafica (1) mostramos las cantidades en porcentos equivalente a las siguientes cantidades de revistas distribuidas por idiomas:

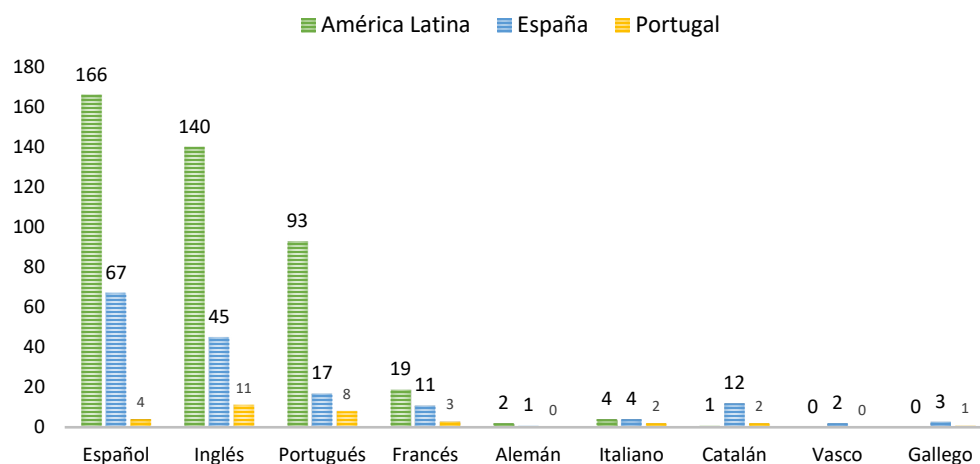
Gráfica 1: Cantidad de revistas por cada idioma.



Fuente: Realización propia de las autoras

Cada total de revistas por idioma se encuentra distribuido entre América Latina, España y Portugal de la siguiente manera, lo podemos observar en la gráfica 2:

Gráfica 2: Idiomas de las revistas por región



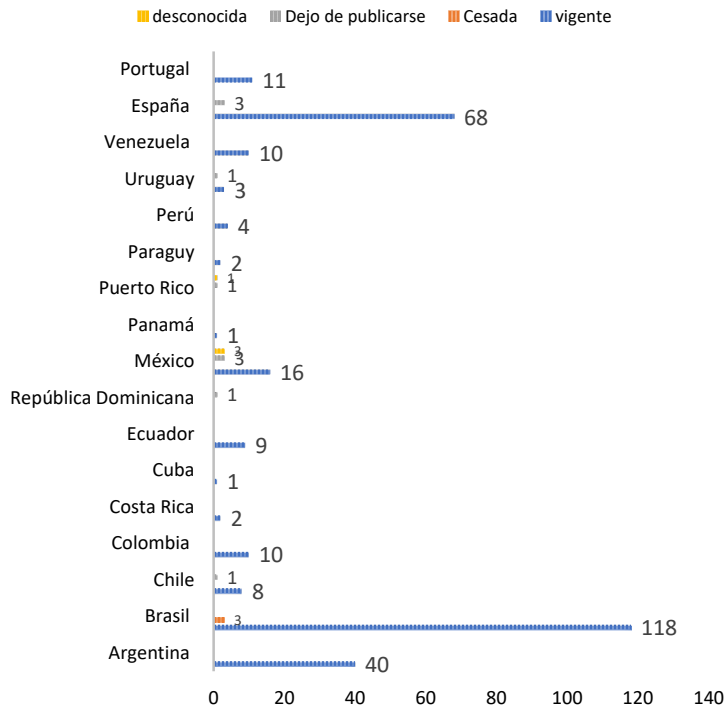
Fuente: realización propia de las autoras

Como parte de otra comparativa para analizar el periodo de evolución de las revistas en línea de comunicación, observamos en la investigación de referencia para el cumplimiento de este objetivo específico de la investigación, los resultados arrojados en el año 2012, los cuales arrojaron la existencia de “79 revistas que sólo publican sus artículos en un idioma (español o portugués), 13 revistas que lo hacen en dos idiomas (español, portugués/inglés), 5 revistas que publican en tres lenguas (español, portugués, inglés/francés) y 7 revistas que publican en más de tres idiomas, de ellas, una con 7 lenguas y otra con 6.” Esparcia, A. C., & Mora, I. M. R. (2011, p.12), si analizamos los resultados arrojados en las gráficas (1 y 2) anteriores, consideramos que se mantiene el mismo número (9) de idiomas utilizados por las revistas, pero que ha incrementado el número de revistas por idiomas. Así como el idioma inglés es el segundo idioma con más revistas publicadas. Que en comparación con el año 2012 se publicaban más en los idiomas español y portugués.

4.2 Revistas en línea de comunicación según su perfil en Latindex

En la siguiente grafica (3) observamos la situación actual de las revistas en línea de comunicación indexadas en Latindex, y consideramos que según su permanencia como estado de “vigente”, los resultados arrojados son relevantes, para las revistas de los países de Portugal, Argentina, Colombia, Perú, Venezuela, según su número de revistas indexadas y analizadas en la tabla 1. España y Brasil a pesar de tener revista en situación de “dejo de publicarse” (3) y “cesada” (3) respectivamente, son muy bajos los totales con respecto a su gran total de revistas en línea de comunicación indexadas en Latindex, por lo que continúan siendo países de gran producción actividad científica en la base de datos.

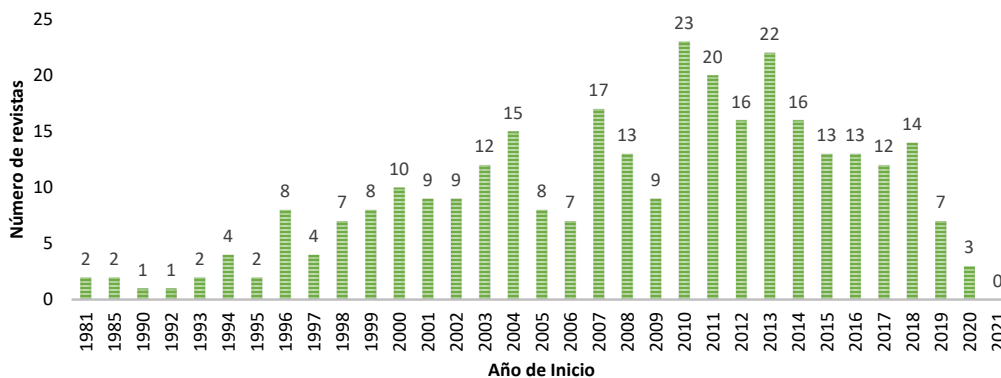
Gráfica 3: Situación actual de las revistas en línea de comunicación. Latin-dex



Fuente: Realización propia de las autoras

En el siguiente gráfico (4) se muestra el número de revista en línea de comunicación según el “año de inicio” de cada una de ellas. El año en el que más revistas surgieron fue el 2010 con un total de 23 revistas en línea de comunicación. Asimismo, el período donde el número de revistas surgidas consecutivamente se mantuvo por encima de las 15 revistas de la misma categoría, fue de 2010 al 2014

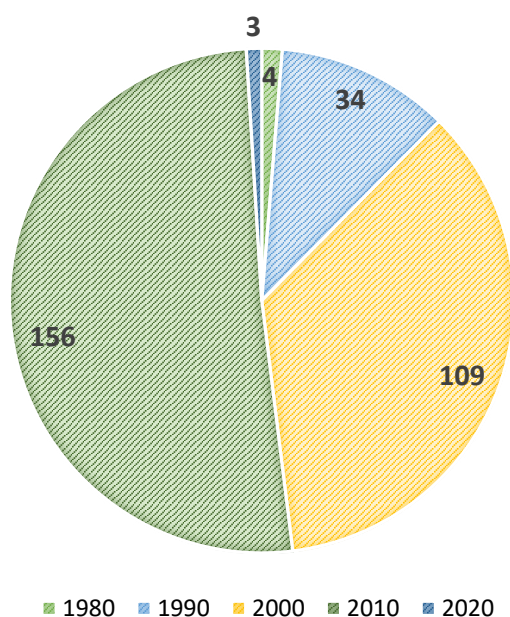
Gráfica 4: Cantidad de revistas en línea de comunicación indexadas en Latin-dex por “año de inicio”



Fuente: Realización propia de las autoras

Para este gráfico (5) mostraremos según el año de iniciación, el total de revistas por décadas, mostrando un alto número de iniciación de revista en la década del 2010, que cuenta con 156 revistas para un 48,79% de la muestra total. Esta fue una década posterior al análisis realizado por los autores Esparcia, A. C., & Ruiz, I. (2011), y se evidencia el crecimiento de las revistas en línea de comunicación en la base de datos

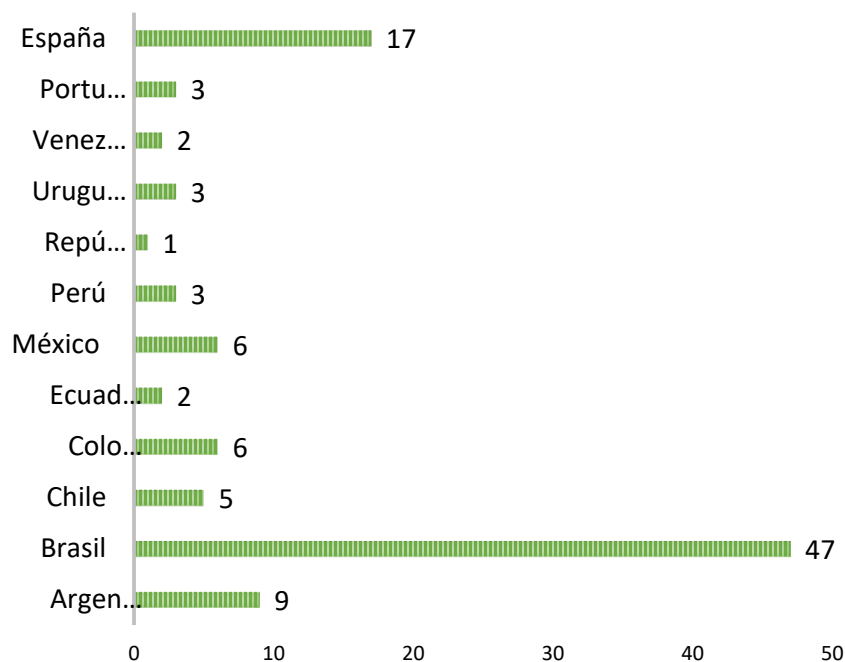
Grafica 5: Total de revistas en línea de comunicación por décadas en Latindex



Fuente: realización propia de las autoras

Por otra parte, conocemos que las revistas aun cuando estén catalogados como revistas de comunicación, muchas están compuestas por subtemas, los cuales pueden ser Antropología, Ciencia política y administración pública, Ciencias de la comunicación, Educación, Geografía, Historia, Sociología entre otros. Para la siguiente gráfica, quisimos conocer, basándonos en el total de revistas en línea de comunicación analizado (320) y filtrados por el total de revistas editadas por universidades, cuáles son las revistas que están compuesta solo por el subtema de ciencias de la comunicación. Los resultados arrojados lo podemos observar en la siguiente gráfica (6)

Grafica 6: Total de revistas en línea de comunicación por décadas en Latindex



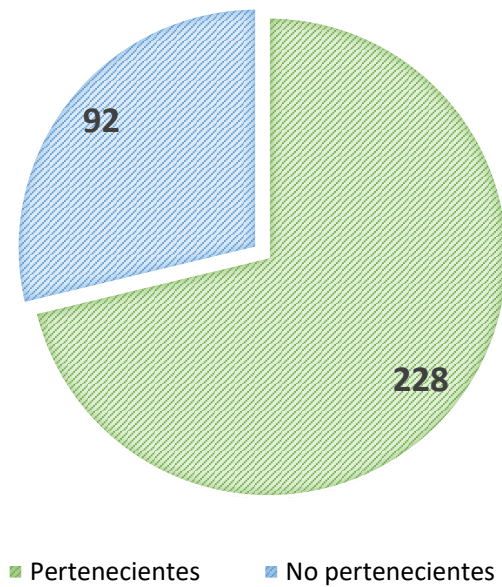
Fuente: realización propia de las autoras

Un dato interesante es que los países que se han ponderado con más revistas en línea indexadas en Latindex (tabla 1), como los son España, Brasil y Argentina, cuantas con un número de revistas con solo temas de comunicación y editadas por las universidades por debajo de la media de su total. Es decir, son más las revistas en línea de comunicación indexadas en Latindex con diferentes subtemas, como los ya mencionados anteriormente.

4.4 Editoriales universitarias

Para analizar las editoriales de las revistas (grafica 7), procedimos a evaluar la muestra (320) en su totalidad, para ello identificamos dentro del perfil de las revistas las que corresponde a una universidad. De manera general 228 (representa el 71.25%) revistas pertenecen a la producción científica en la Educación Superior.

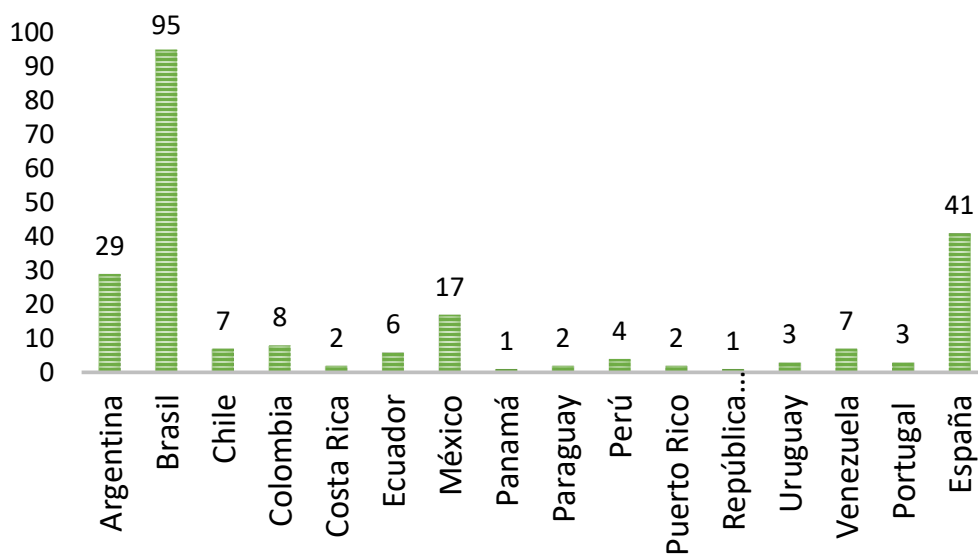
Gráfico 7: Cantidad de revistas editadas por universidades



Fuente: realización propia de las autoras

De ellas observamos en la gráfica 8, que 184 (57.4%) se encuentran distribuidas entre los países correspondientes a América Latina, 41 (12.81%) pertenecen a España y 3 (1.3%) a Portugal. Un dato relevante son los restados de Brasil, que cuenta con 95 editoriales universitarias, a diferencia de sus 121 revistas en línea de comunicación indexadas en Latindex.

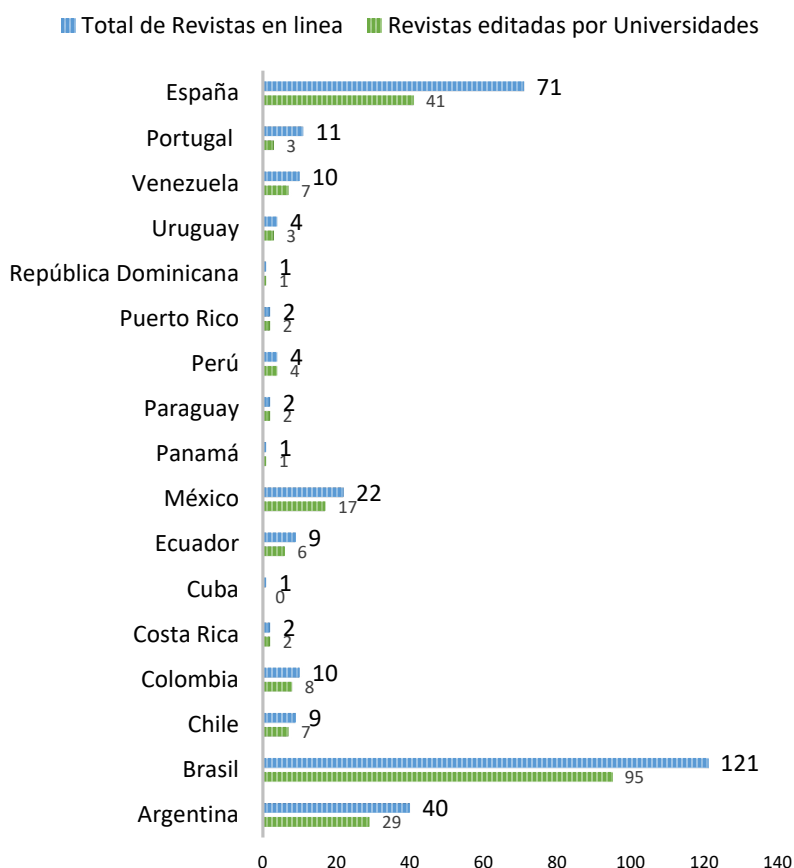
Gráfico 8: Cantidad revistas por países editadas por universidades



Fuente: realización propia de las autoras

También es un buen resultados para nuestra investigación y la relativa importancia que queremos darle a las editoriales universitarias como representantes de la producción científica de las propias universidades, el alto promedio que existe entre las revistas en línea de comunicación editadas desde las universidades y el total de revistas en línea de comunicación correspondiente a los países de Argentina, Chile, Costa Rica, Ecuador, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto rico, República Dominicana, Uruguay y Colombia. Queremos puntualizar que la mayoría de estos países cuentan actualmente con muy pocas revistas en comparación con los países de Portugal y España. De igual manera no consideramos los promedios de Portugal y España (gráfica 9) porque sus revistas están por debajo de la media de las revistas en línea de comunicación que son editadas por las universidades. Es decir, existen más revistas en línea de comunicación gestionadas por editorial externas a las universidades de estos países, que editoriales propias universitarias.

Gráfica 9: Total de revistas en línea por total de revistas editadas por universidades.

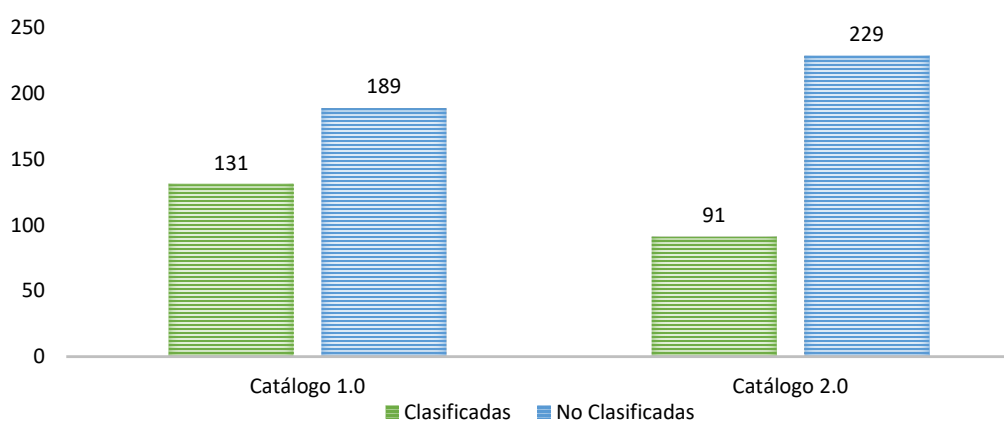


Fuente: realización propia de las autoras

4.3 Catálogo 1.0 (2002-2017) y el catálogo 2,0 (2018)

Otro punto de análisis es la calificación de las revistas para ser catalogadas por el sistema Latindex (gráfico 10), siendo este uno de los pasos más significativos para formar parte de esta red reconocida de cooperación internacional. De las 320 analizadas en el presente estudio, 131 (40.9%) fueron calificadas bajo la metodología antigua (2002 – 2017) que respondía al catálogo 1.0 mientras que 189 (57.1%) no se calificaron. De esta misma manera, de la muestra total, 91 revistas se calificaron con la nueva metodología (2018) y 229 se encuentran hasta el momento pendientes de calificación.

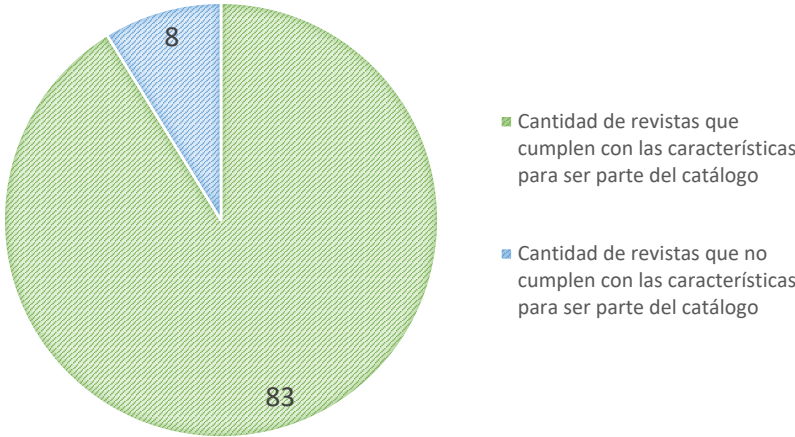
Grafica 10: Clasificación de las revistas según la Metodología para el Catálogo 1.0 y 2.0



Fuente: realización propia de las autoras

De las 91 revistas en línea de comunicación que se encuentran evaluadas para formar parte del catálogo 2.0, encontramos que 83 revistas en línea (gráfica 11) cumplen con las características necesarias para ser parte de este y 8 revistas no cumplen con el mínimo de 30 características. Solo el 25.3% de la muestra tiene las características cumplidas para el catálogo. Es importante resaltar que este dato puede ser mediado por el 74.7% de revistas que aún se encuentran sin calificación, puesto que una vez calificadas, esta cifra de revistas que se encuentran ya como parte del catálogo y puede o no aumentar.

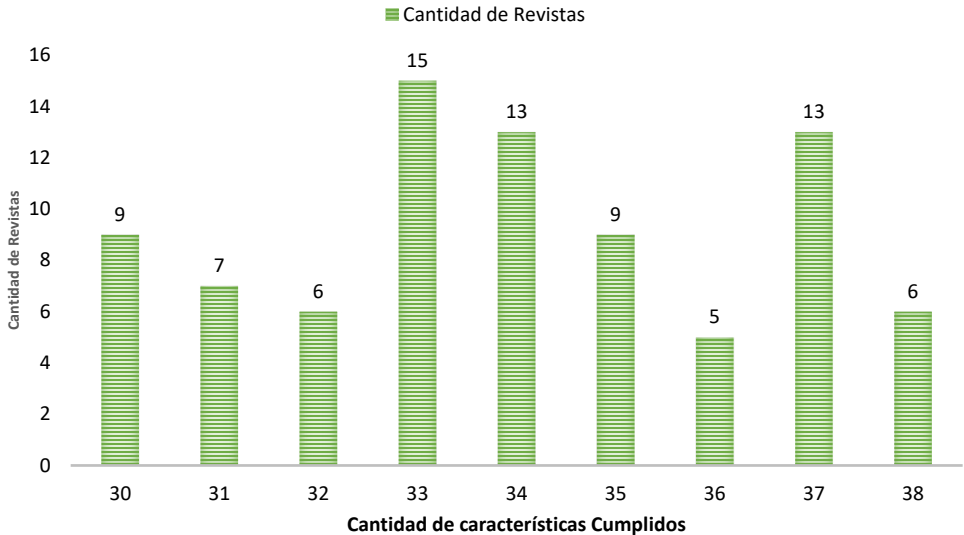
Gráfica 11: Cumplimiento de las características para el catálogo 2.0 por la muestra seleccionada.



Fuente: realización propia de las autoras

De las 83 revistas que cumplen las características, 9 de ellas son consideradas aprobadas para formar parte del catálogo con un mínimo de 30 características y solo 6 de esta muestra total, con el máximo de 38 características. La cantidad de parámetros cumplidos por cada revista aprobada se distribuye según muestra el gráfico (12) siguiente:

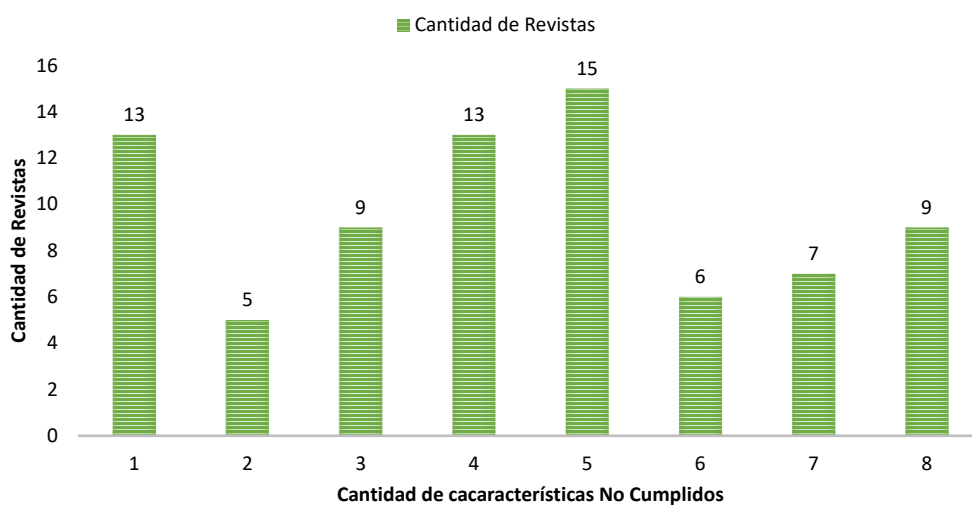
Gráfica 12: Cantidad de revistas por cantidad de parámetros cumplidos.



Fuente: realización propia de las autoras

Asimismo, se distribuyen de la siguiente manera según la cantidad de parámetros no cumplidos por cada una de las revistas que fueron aceptadas para el catálogo 2.0 en el gráfico 13:

Gráfica 13: Cantidad de revistas por cantidad de parámetros no cumplidos.

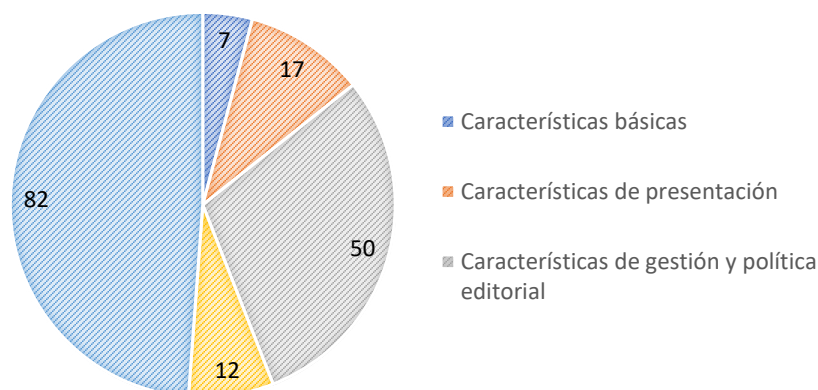


Fuente: realización propia de las autoras

Ahora bien, dentro de los parámetros no cumplidos encontramos que de los cinco grupos generales de características del catálogo 2.0 para evaluar las revistas en línea existe un alto número de características no cumplidas que conciernen al grupo de **Características de revistas en línea** que según el catálogo 2.0 coincide con las características 31. Uso de protocolos de interoperabilidad, 32. Uso de diferentes formatos de edición, 33. Servicios de valor agregado, 34. Servicios de interactividad con la persona lectora, 35. Buscadores, 36. Uso de identificadores uniformes de recursos, 37. Uso de estadísticas, 38. Políticas de preservación digital. De igual manera también se genera un foco de características no cumplidas en el grupo de **Características de gestión y política editorial** la cual esta compuesta por 15. Definición de la revista, 16. Documentos con autoría externa, 17. Apertura editorial, 18. Servicios de información, 19. Cumplimiento de periodicidad, 20. Políticas de acceso y reúso, 21. Código de ética, 22. Detección de plagio. Podemos decir que estos mismos focos de características no cumplidas definida en los grupos de características, coinciden con los grupos de características del catálogo 1.0 para las revistas que están clasificadas.

Para ello mostraremos una gráfica (14) donde podremos observar donde se encuentra el mayor foco de características no cumplidas por cada grupo, según la metodología de evaluación para clasificar a las revistas en línea de comunicación indexadas en Latindex.

Gráfica 14: características no Cumplidas de cada grupo de características del catálogo 2.0



Fuente: realización propia de las autoras

Es decir, existen de 320 revistas en línea de comunicación, de las cuales 91 revistas en línea de comunicación que se encuentran evaluadas para formar parte del catálogo 2.0 (gráfico 10) los otros 229 restantes aún están pendiente de clasificación. Del total de las revistas en línea de comunicación evaluadas (91) por el catálogo 2.0, 83 revistas en línea cumplen con las características necesarias (mínimo 30) para ser parte de este (gráfico 11). Sin embargo, encontramos que las peculiaridades de los grupos de características, la deficiencia se encuentra en dos grupos fundamentales de características no cumplidas. Si observamos la gráfica 10, la mayor división de característica no cumplidas recae en los requisitos que deben complicar dentro del grupo de características de revistas en línea y características de gestión y política editorial.

5. Discusión

Definidamente existe una evolución marcada por el aumento de las revistas en línea de comunicación. Conocemos que el estudio de la comunicación en los años 2000 era un campo relativamente joven, se ha desarrollado y transformado por el aporte de numerosas ciencias sociales, es por ello por lo que la conformación de la ciencia de la comunicación intenta explorar, así como explicar e interpretar, el ¿Por qué? ¿Cómo? Y ¿dónde? se genera el intercambio social en sus diferentes niveles y ámbitos de la actividad humana (Saladrigas, H. 2002). De esto se trata la investigación y sobre toda la investigación propia en área de ciencias sociales. Partiendo de las características bases del método científico, investigar la comunicación, nos permite, mantener una comunicación acumulativa y sistemática. Es por ello por lo que consideramos la importancia de estudiar la evolución de la producción científica en comunicación y sobre todo la satisfacción de que los resultados sean el aumento exponencial de las revistas. Un plus que tiene es que las revistas están indexadas en una base de datos que cuenta con una metodología reconocida en el ámbito académico e investigativo por lo que las publicaciones expuestas son verificadas y calificadas. Esto las hace ser altamente consultadas y citadas.

Otro punto importante es la aplicación de los idiomas. Siendo Latindex una base de datos para una comunidad hispano hablante, ha logrado que sus revistas y las publicaciones puedan llegar a otras comunidades con otros idiomas. Importante es que, así como ha aumentado las revistas en línea de comunicación, en estos últimos años, ha aumentado el uso de los idiomas. Igualmente, los datos recogidos están empoderados por los idiomas más utilizados, después del español, que son el inglés y el portugués. Dentro de la bibliografía consultado encontramos el hincapié que hizo la unión europea por los años sesenta y setenta en movilizar las investigaciones en las áreas de estudio, para garantizar a los consumidores de los diferentes idiomas y no precisamente por los idiomas (Vez, J.M. 2011). La intención era poder abracar y entender las tendencias del mundo. Es por ello por lo que hoy se le da mucha importancia a poder tener y publicar en diferentes idiomas, con el propósito de colaborar e interactuar sobre la investigación propia, sin que existe interpretaciones ni barreras del idioma. Según la autora Patalono (2005) plantea en sus estudios de la década del 2000 que “La ausencia de literatura latinoamericana y en lengua española en los registros internacionales, contrasta significativamente con la gran producción científica existente en la región que solo circula y se difunde entre la comunidad iberoamericana y no de manera suficiente” Patalono. M (2005, p.226). Este resultado, es totalmente alentador para el actual panorama de la base de datos de Latindex, de las revistas analizadas algunas publican en más de un idioma y otras lo hacen solo en uno. El idioma español, inglés y portugués se encuentran situados en el mismo orden de mención entre los idiomas con más publicaciones. Tiene relevancia resaltar que el español sigue siendo la lengua con mayor presencia como lo era en el año 2011 según Esparcia, A. C., & Ruiz, I. (2011, p.18). Sin embargo, en ese año el idioma portugués respondía al segundo lugar de los idiomas con mayor presencia y en el tercero el inglés, cifras que en la actualidad cambiaron y se encuentran en una posición opuesta, el idioma inglés con mayor número de publicaciones que el idioma portugués.

Sobre la evolución de las revistas de comunicación, los resultado arrojados a modo general son alentadores, sobre todo en el datos sobre la “situación actual” de las revistas, encontramos a los países con más número de revista como lo es Brasil, España y Argentina, con una proporción bastante elevada de revistas en situación de “vigente” que en cualquiera de las de más situaciones (“Dejo de publicarse”, “cesada” , “Desconocida”) que puede ubicar Latindex a las revistas, porque ningún responde a continuidad ni mantenimiento de las producción científica. Según la bibliografía estudiada una revista puede cambiar su estado de “vigente” en Latindex porque deja de publicarse o porque simplemente cambio y se modificó el título de las revistas (Alonso, J.O. Reyna, F.R. 2012, p.125), por lo que sí es de interés formar parte de la base de datos, las instituciones editoras y editores deben notificar o realizar los cambios pertinentes para que le estado de la revista siga de “vigente”. Esto quiere decir que el número de revistas en línea de comunicación que se encuentran en estado de “cesada” o “dejo de publicarse” en la base de dato de Latindex, pueden que sigan publicando ciencia, pero no esté visible en la base de datos. Otro caso puede ser que la revista deja de publicar sin notificación

oficial y pasa a estar en estado “desconocido”. Para la solución de estos problemas Latindex planteo que las revistas que dejen de publicar un número en un lapso de dos años, pierde la categoría de “vigente”. En cuanto a la fecha de inicio de una revista, Latindex comenzó a reunir la información a partir de 1997, pero aun así la base de datos registra revistas en línea de comunicación desde 1980. De igual manera otro dato alentador lo es el número de revistas por fecha de inicio, se puede decir que en los últimos dos años (2018-2019) la tendencia ha sido hacia la disminución en la cantidad de revistas surgidas por años con respecto a los niveles alcanzados anteriormente. Pero si realizamos una comparativa, por décadas (1980, 1990, 2000, 2010, 2020), podemos decir que la tendencia es a que la década siguiente de los años 2020 existan más revistas de comunicación indexadas en la base de datos analizada para la categoría (Revistas en línea), así lo previo la investigación que precede a esta, cuando realiza un análisis de iniciación de la actividad científica de las revistas, afirmando lo siguiente “ Cuando analizamos el inicio de la actividad científica de las revistas, nos encontramos con dos periodos protagonistas, los años 90 y la primera década del 2000. Es de destacar que la segunda década de siglo XXI, seguramente aumentará su protagonismo con el paso de los años.” Esparcia, A. C., & Mora, I. M. R. (2011, p.10). Es decir, justo se realizó un análisis en el 2011 cuando estaba comenzando la década de 2010, y los resultados a simple vista no eran favorables, pero si esperanzadores para el aumento de estas, por ende, pensamos que, por los avances y las tendencias actuales de la visibilidad de la producción científica, es que, en la próxima década del 2020, las revistas en línea de comunicación sean acreciente en la base de dato de Latindex. De igual manera tenemos el análisis las revistas en línea de comunicación que solo responde al subtema de Ciencia de la comunicación. Como hemos comentado todas las revistas de Latindex, responde a un tema general, y cada uno de ellos esta subdivididos por disciplinas o áreas del conocimiento más específico. De las 320 revistas estudiadas en esta investigación, quisimos conocer cual era el total de revistas que solo publica sobre las ciencias de la comunicación, e incluimos el filtro de que esas revistas sean editadas por las universidades. Un dato curioso es que la mayoría de las revistas con solo la categoría de ciencias de la comunicación responden a una editorial universitaria, aun cuando las cifras no son muy equitativas comparadas con el total máximos de revistas en línea de comunicación. Es decir, existen un alto porcentaje de revistas en línea catalogadas dentro del tema general de ciencias sociales, específicamente de comunicación que comprende subtemas de otras disciplinas como son historia, letras, geografía, entre otros.

Otro punto de atención es hacia las editoriales de las revistas. En América Latina son muchas las universidades que han logrado el fortalecimiento de la investigación, partiendo de la comprensión de la importancia de divulgar la ciencia como uno de los procesos más importantes y del que se sostienen el resto de las actividades universitarias. Esto no quiere decir que España y Portugal no presten atención a la importancia de la divulgación científica, más bien los datos resueltos exponen que la ciencia en los dos países europeos la gestiona editoriales externas de las universidades correspondientes. Lo

comentábamos en el inicio de la investigación y también lo afirma las autoras Mendoza y Paravic (2006) quienes en sus estudios sostienen que “mantener en circulación una revista científica puede ser insostenible” Mendoza & Paravic (2006, p.69) pero muchas veces la necesidad de fomentar un dominio intelectual regional e identificativo para la comunidad científica de las universidades, aglomera muy buenos resultados, partiendo del desafío editorial de comunicar la ciencia. Es por ello que el dato más relevante sobre la cantidad de revistas editadas por universidades es que en la actualidad del total de 320 revistas en línea de comunicación analizadas en la base de datos de Latindex, 228 revistas en línea de comunicación son gestionadas por las editoriales universitarias. Debido a que las mismas, además de responder a la producción y comunicación de la ciencia, en la actualidad se reconoce las editoriales universitarias como portadoras y representantes de la calidad y la visibilidad de su propia universidad, así como su propia marca institucional. Por ende, el prestigio que representa para una institución universitaria ostentar una revista indexada, genera acceso abierto, repositorios institucionales proceso de acreditación, entre otros.

Para ello nos basamos en los estudios de las autoras Mendoza & Paravic (2006), quienes reconoce que detrás de todo un trabajo editorial, existe un grupo de académicos pertenecientes a cualquier institución universitaria, argumentando que las “unidades centrales de producción editorial universitaria, son pequeñas, con escasos medios materiales y/o profesionales, situaciones que impiden salida dinámica de discusión, réplica y contestación” Mendoza & Paravic (2006, p.63). Podemos decir que en la actualidad son muchos los recursos y proyectos de investigación que gestionan y subvenciona a las editoriales universitarias, sobre todo las editoriales de los países de América latina, quienes llevan décadas investigando y apostando por la divulgación científica. Es de esta manera que en América Latina las instituciones académicas y científicas de los países en desarrollo consideran de mayor valor a las revistas universitarias, como también a sus científicos. Con esto no queremos decir que las existencias de las editoriales comerciales no sean importantes y no cumplan con las mismas funciones de divulgar la ciencia, es un hecho que hoy en día, las editoras comerciales colonizan la mayor parte del conocimiento científico, partiendo de estándares muy rigurosos y altos precios de certificación y publicación del contenido. Pero considerando la necesidad de que los resultados de la producción científica estén al alcance de todos y para todos, muchas editoriales universitarias suplen una necesidad cultural que la edición comercial no satisface. Las universidades intentan reinventar el conocimiento en pos de lograr y fortalecer la interacción universidad y sociedad como un medio y no como una meta.

Finalizamos con las metodologías de evaluación de Latindex definidas como catálogo 1.0 (2002-2017) y el catálogo 2.0 (2018), podemos decir que, durante la búsqueda de la información, encontramos muchas revistas sin ser clasificadas. Como se ha explicado con anterioridad, la metodología para esta evaluación de las revistas en línea ha ido evolucionando y cambiando en algunos parámetros con el pasar de los años. En el análisis bibliográfico algunos autores Packer (2001), Patalano, M. A. (2005), Mendoza &

Paravic, (2006), exponen en sus estudios sobre las revistas científicas, las publicaciones y las editoriales, resultados de la época haciendo alto énfasis en el surgimiento del sistema Latindex como base de datos relevante, encargada de promover, evaluar, publicar, clasificar las revistas y la producción científica de los investigadores de los países de habla hispana. En la década de los 2000 existía muy baja repercusión y divulgación de la ciencia en la comunidad científica académica iberoamericana. En los estudios del autor Packer (2001) citado por Patalono, M. A. (2005) plantea que “en el análisis y discusión de los problemas que presentan las revistas científicas en América Latina y el Caribe y cita el artículo de Wayt Gibbs publicado en 1995 en la revista “Science”, quien lo identifica como “La ciencia perdida del tercer mundo.” Patalono, M. A. (2005, p.226). Dentro de nuestra investigación podemos afirmar, con los datos de la época, y los recopilados en el trabajo, que la evolución y divulgación de las revistas tiene en la actualidad excelente estadísticas. Ahora bien, volviendo al punto de mira de las clasificaciones de las revistas y con ellas las editoriales, un dato que resulta importante destacar es que la mayoría de las características que incumplen las revistas en el proceso para ser catalogadas, pertenecen a los grupos de Características de gestión y política editorial y características de las revistas en línea. Analizando estos puntos y leyendo las metodologías son características que pertenecen y necesitan de una solución directa de las propias editoriales y no de la base de datos en cuestión. A lo largo de la historia de las revistas y las bases de datos que responden a un entorno científico académico, han dictado como responsable de la literatura científica a las mismas editoriales y con ellas a los grupos de personas que la desarrollan. Por ende, las bases de datos y desde nuestro caso el sistema de Latindex cumple con sus funciones de almacenamiento, evaluación mediante criterios e indicadores, así como correcto registro de cada una de las revistas.

6. Conclusiones

Podemos arribar a las conclusiones con resultados bastante satisfactorios. Teníamos como principal objetivo conocer el estado actual de las revistas en línea de comunicación indexadas en la base de datos de Latindex. Partimos de cuatro análisis fundamentales, y entre ellos está la referencia de estudios anteriores a este tema. Podemos definir que diez años después de la investigación de las revistas en línea de comunicación en el 2011, Latindex sigue siendo una base de datos en potencia, sobre todo para continuar divulgando y promocionando la actividad científica de los investigadores. Para ello nos basamos en el porcentaje de revistas en líneas existentes en la década de los 2000 (109 revistas en línea de comunicación) y luego el crecimiento en la década del 2010 (156 revistas en línea de comunicación), por lo que podemos decir que prevemos que la base de datos obtenga más registro de revistas en línea en la próxima década de 2020.

Asimismo, estudiamos la presencia de los idiomas en las revistas en líneas de comunicación, observamos que existe actualmente variedad de idiomas, pero los que tiene más presencialidad, son el idioma español, el idioma inglés, y el idioma portugués. Queremos destacar que el idioma español sigue siendo el primordial en estos últimos

tiempos, debido a que no lo era en la década de los 90 y los 2000, pero también está la presencia de idiomas no tan presenciales dentro de una comunidad científica de habla hispana, entre los cuales encontramos el idioma alemán, el idioma francés, el idioma italiano. Sosteniendo aún más, la posibilidad de ampliar la divulgación de la ciencia en sus variantes de idiomas y con ella la satisfacción de resolver la necesidad de los lectores de idiomas diferentes.

Otra conclusión importante es que dentro del ámbito académico las editoriales universitarias son las principales impulsoras del trabajo científico de las universidades, siendo mayoría en las listas de revistas analizadas. A esto se le incrementa el continuo aporte del uso de la internet y los beneficios que brinda para la divulgación de la ciencia, mostrando en el actual número de revistas en línea (320) que existen en la base de datos, comparada con el número de revistas que existía hace diez años (156). Datos que nos hace afirmar el exponencial aumento de las revistas en línea de comunicación en la base de datos y con ella la posibilidad del fácil acceso de los investigadores a estas revistas. Ambos resultados nos concluyen de la veracidad que tiene la ciencia distribuida y editada desde las universidades y de manera digital. Así como la importancia de las universidades de tener una revista indexada en Latindex.

También vimos las clasificaciones de las revistas desde los catálogos desarrollados por Latindex, observamos que existía muchas revistas por clasificar tanto de un catálogo como de otro y las que lo estaban le faltaban características por cumplir. Sobre todo, características de política editorial y de gestión, esto pudiera ser causado por parte de la propia editorial. Hasta ahora no tiene grandes repercusiones no estar clasificado o simplemente no tener características cumplidas en la base de datos de Latindex, pero en los tiempos que corren, son más certificadas las opiniones por datos cuantitativos que cualitativos, por lo que la repercusión de impacto o prestigio de alguna de las revistas no calificada en Latindex puede quedar para otras investigaciones.

7. Referencias bibliográficas

- Alonso Gamboa, José Octavio y Reyna Espinosa, Felipe Rafael (2012). La revista académica iberoamericana en Latindex. Una visión de 15 años. *Biblioteca Universitaria*, 15(2),123-138. [fecha de Consulta 11 de marzo de 2021]. ISSN: 0187-750X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=285/28528265002>
- Cáceres Castellanos, G. (2014). La importancia de publicar los resultados de Investigación. *Revista Facultad de Ingeniería*, 23(37), 7-8.
- Corera-Álvarez, E., & Molina-Molina, S. (2016). La edición universitaria de revistas científicas. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 39(3), 277-288. doi: 10.17533/udea.rib.v39n3a05
- Esparcia, A. C., & Mora, I. M. R. (2011). Las revistas científicas de Comunicación en Latindex. In *Acceso y visibilidad de las revistas científicas españolas de Comunicación* (pp. 8-22). Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Esparcia, A. C., Martínez, A. A., & Nobell, A. Á. (2013). Investigación latinoamericana en comunicación. estudio bibliométrico de revistas científicas. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 9(16).
- Ganga, Francisco, Castillo, Juan, & Pedraja-Rejas, Liliana. (2016). Factores implicados en la publicación científica: una revisión crítica. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 24(4), 615-627. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052016000400007>

- Ganga-Contreras, Francisco & Castillo, Juan Antonio & Pedraja-Rejas, Liliana. (2016). Factores implicados en la publicación científica: una revisión crítica. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*. 24. 615-627. 10.4067/S0718-33052016000400007.
- Mendoza, S., & Paravic, T. (2006). Origen, clasificación y desafíos de las revistas científicas. *Investigación y postgrado*, 21(1), 49-75.
- Patalano, M. (2005). Las publicaciones del campo científico: las revistas académicas de América Latina. In *Anales de documentación* (Vol. 8, pp. 217-235). Facultad de Comunicación y Documentación y Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia.
- Tecnológica, C. I. D. A. C. Y. (2020). Latindex. Latindex. <https://www.latindex.org/latindex/docu>
- Vez, J. M. (2011). La Investigación en Didáctica de las Lenguas Extranjeras. *Educatio Siglo XXI*, 29(1), 81-108. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/educatio/article/view/119881>