

¿De qué hablamos cuando hablamos de internacionalización de las revistas?

Reflexiones desde un caso real en desarrollo



Universidad
de Navarra

Carlos Barrera

Editor of *Communication & Society*

University of Navarra

www.communication-society.com

@JournalCommSoc

C & S

GENERAL INFORMATION

ADVISORY BOARD

SUBMIT A MANUSCRIPT

BACK ISSUES

DATABASE INDEXES

CREATIVE COMMONS

SEARCHES

CONTACT US

USER AREA

Username:

Password:

OK

[Sign in](#)

[Forgot your password?](#)

Google INSIDE C&S

OK

Communication & Society
Registered trademark in Oficina Española
de Patentes y Marcas
M 1228817
M 2917664

Databases
SCOPUS
IBBS International Bibliography of the
Social Sciences
Sociological Abstracts
Social Services Abstracts



CURRENT ISSUE



Communication
& Society
2015, 28(1)

ISSN
0214-0039

E-ISSN
2386-7876



Articles

Tom WATSON

PR's early response to the "information superhighway": the IPRA narrative

J. Ignacio GALLEGRO, Manuel FERNÁNDEZ SANDE and Ariane DEMONGET

The communication policy of the European Commission: radio broadcasting since the 90s, from Radio E to Euranet Plus

Michael PRIELER, Alex IVANOV and Shigeru HAGIWARA

Gender representations in East Asian advertising: Hong Kong, Japan, and South Korea

Reviews

Giovanna DELL'ORTO

American Journalism and International Relations: Foreign Correspondence from the Early Republic to the Digital Era

Victor SAMPEDRO

El Cuarto Poder en Red. Por un periodismo (de código) libre

International in scope and open to scholars and researchers from around the world, *Communication & Society* is an online quarterly journal founded in 1988. Formerly named *Comunicación y Sociedad*, since the issue of October 2014 is published entirely in English. Issues are published in January, April, June and October.

Its main goal is to make outstanding research contributions to the field of communication from a variety of perspectives, both theoretical and empirical. It includes journalism studies, advertising, public relations, broadcast and film studies, political communication, ethics, media history, communication policy, political economy and new media, among others. Methodological rigor and valuable research results are required for review and publication.

Razones de esta tendencia

- La **globalización** del conocimiento (factor ambiental)
- Mayor facilidad en el **acceso** a lo que se publica (factor tecnológico)
- Conveniencia de llegar a un público más allá de las **fronteras monolingüísticas** (factor audiencia/influencia)
- Extensión del **inglés como lingua franca** reconocida (factor lingüístico)
- Mayor **interés internacional** en conocer otras realidades de regiones del mundo (factor desoccidentalización)

Razones del cambio en C&S (Oct. 2014)

- Las cinco **antes indicadas** como tendencia
- La **apuesta estratégica** de la UNAV y de FCOM por la internacionalización en todas sus facetas
- El **“colchón”** existente de una revista de 27 años de vida ininterrumpida
- Gradual mayor presencia de **artículos en inglés desde** 2010 y especialmente 2013
- **Valorizar la investigación** haciéndola más visible y con más posibilidad de impactos internacionales
- Intentar competir en la **“Premier League”** del sector

Indicadores grado de internacionalización (Fundamentales)

- Idioma **inglés obligatorio** a la hora de publicar
- **Título revista** en inglés: Communication & Society
- **Website** en inglés como opción de entrada
- **Editorial Advisory Board** mayoritariamente no español o de habla hispana
- Ídem en el **Consejo de Redacción** (órgano ejecutivo)
- **Remisión y revisiones de artículos** realizadas en inglés, bien sea por investigadores españoles como de otros países

Indicadores grado de internacionalización (Accesorios o instrumentales)

- Uso exclusivo o prioritario del inglés como **lengua de gestión**
- Primar los artículos que aborden **temas no específicos del país** de origen de la revista
- Estimular/favorecer artículos escritos total o parcialmente por **autores de otros países**
- Acuerdos de edición con **compañías internacionales**
- Cambio de radicación o **sede social** de la revista
- INDICADOR ASPIRACIONAL (metas): lograr **mayor número** de suscriptores/lecturas/descargas/citas por parte de usuarios/revistas de habla no española

Ventajas de esta estrategia

- **Valor añadido** a los artículos y a los autores
- **Imagen que se proyecta** de la revista hacia afuera... y hacia adentro
- Mayor **conocimiento internacional** de la revista, a través de Editorial Board, revisores y números: crecimiento de potenciales prescriptores
- Potenciar la investigación sobre **temas no específicamente españoles/hispanos**
- Potenciar los **coautorías** con autores extranjeros

Inconvenientes/dificultades de esta estrategia

- Mercado a veces **saturado** o semisaturado
- Es una operación a **medio-largo plazo**: paciencia para ver/medir los resultados
- Medir bien la **velocidad y/o gradualidad** de los cambios para no perjudicar a la marca
- Posible **escasez de recursos** para lograr la visibilidad externa del cambio
- **Movilización efectiva** del Editorial Board
- **Inglés** no sólo correcto sino excelente en los artículos de autores no nativos
- Mayores exigencias de **profesionalización** en las funciones de gestión de la revista a distintos niveles
- Cuestiones **económicas y administrativas** derivadas