

¿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

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