

Actualización del Índice H de las revistas de Comunicación según Google Scholar Metrics

Fernando Sánchez Pita – Universidad de Salamanca

Introducción

Google Scholar ha despertado el interés de la comunidad académica, desde su lanzamiento en 2004, al posibilitar la recuperación de materiales académicos de diverso tipo de un modo sencillo e intuitivo. Así, desde aquel entonces se han ido sucediendo distintas investigaciones que buscan describir y analizar en profundidad la herramienta, como las de Anne Harzing y Ron Van der Wal (2008), Declan Butler (2011) o Isidro Aguillo (2012), entre otros.

Google Scholar, como buscador especializado en material académico y enfocado a la investigación, se ha convertido en un recurso de gran utilidad para la comunidad investigadora, tal y como lo vienen siendo otros servicios como la base de datos Scopus o los indicadores SJR y SNIP (Delgado, Cabezas, 2012).

De entre la oferta propuesta por Google Scholar cabe destacar la gran cobertura con respecto a otro tipo de recursos similares. Así, en lugar de utilizar de forma aislada diferentes herramientas como repositorios, bases de datos o portales de revistas, a través de Google Scholar es posible realizar búsquedas conjuntas en diferentes fuentes de información, facilitando de este modo al proceso de recuperación. Para ello, se rastrea cualquier tipo de sistema de información académico, lo cual le permite localizar citas en documentos tales como tesis doctorales, informes o preprints, aumentando significativamente el área cubierta por la herramienta.

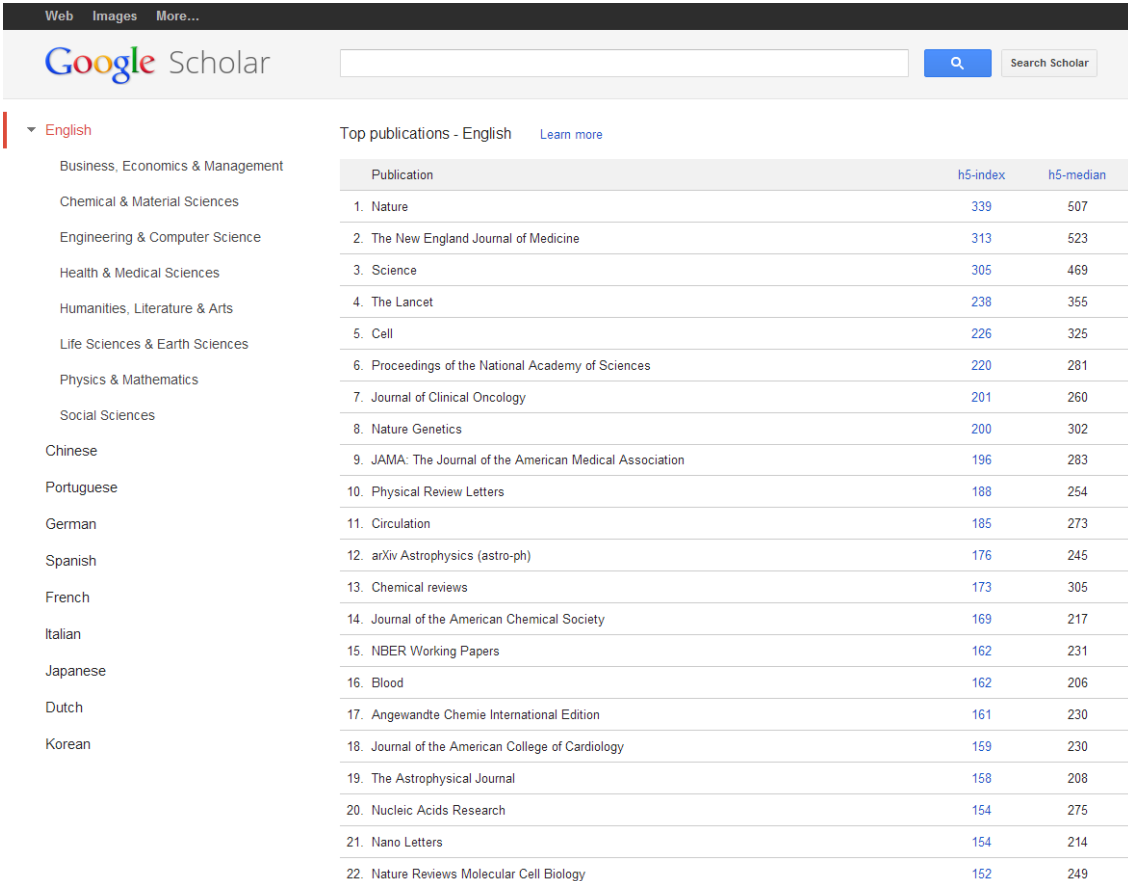
Google Scholar Metrics

En abril de 2012 Google lanzó Google Scholar Metrics, ofreciendo un índice de impacto de revistas científicas basado en el recuento de citas. De este modo, el gigante de Mountain View expande los recursos y servicios bajo la etiqueta de Google Scholar, algo que ya había hecho previamente con el lanzamiento de Google Scholar Citations (Cabezas; Torres, 2012), pero esta vez ofreciendo un producto que compite con diferentes índices de revistas que gozan de posiciones dominantes en el mercado. De este modo, Google Scholar Metrics pretende posicionarse como una herramienta de utilidad para la comunidad científica, de cara a la medición de la visibilidad e influencia de los artículos publicados.

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

Este nuevo producto incluye textos de los últimos cinco años, desde 2007 hasta 2011, y únicamente muestra aquellos que han sido indexados previamente por Google Scholar, tal y como se explica en la propia descripción del servicio.

Asimismo, y aun sabiendo que Google, en la mayoría de los casos, lanza sus productos en fase beta, se detectan ciertos puntos de mejora en la herramienta, tal y como describen Álvaro Cabezas Clavijo y Emilio Delgado López Cózar (2012). Entre los puntos que se mencionan en distintos informes, cabe destacar la tasa de actualización de Google Scholar Metrics. Ésta es más limitada que la de otros productos de Google, algo que se anuncia en la propia descripción del servicio, sin llegar a ocultarse en ningún momento. Así, los listados que actualmente se pueden consultar en Google Scholar Metrics tienen fecha de 15 de noviembre de 2012. De este modo, Google Scholar Metrics no llega a ser tan dinámico como otros servicios ofrecidos por Google, pero, como ya se ha mencionado, teniendo en cuenta la forma en que Google va implementando sus productos.



Publication	h5-index	h5-median
1. Nature	339	507
2. The New England Journal of Medicine	313	523
3. Science	305	469
4. The Lancet	238	355
5. Cell	226	325
6. Proceedings of the National Academy of Sciences	220	281
7. Journal of Clinical Oncology	201	260
8. Nature Genetics	200	302
9. JAMA: The Journal of the American Medical Association	196	283
10. Physical Review Letters	188	254
11. Circulation	185	273
12. arXiv Astrophysics (astro-ph)	176	245
13. Chemical reviews	173	305
14. Journal of the American Chemical Society	169	217
15. NBER Working Papers	162	231
16. Blood	162	206
17. Angewandte Chemie International Edition	161	230
18. Journal of the American College of Cardiology	159	230
19. The Astrophysical Journal	158	208
20. Nucleic Acids Research	154	275
21. Nano Letters	154	214
22. Nature Reviews Molecular Cell Biology	152	249

Fig. 1: Inicio de Google Scholar Metrics

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

Tras el acceso a Google Scholar Metrics, se ofrece al usuario un listado con las 100 principales revistas por idioma de publicación, lo cual no discrimina por países. Así, es posible ver cuáles son las 100 principales revistas en función del índice h, calculado con los artículos publicados en los últimos cinco años.

Para acceder a la información, es posible realizarlo mediante el propio buscador o a través de los listados por idiomas, que ofrecerá en cada uno de los 10 casos (Inglés, chino, portugués, alemán, español, francés, italiano, japonés, holandés y coreano) las 100 principales publicaciones en función de su índice h. Además, en el caso del listado de publicaciones en inglés, es posible buscar por categorías y subcategorías, aunque, tal y como evolucionan los productos de Google, seguramente con el tiempo será posible realizar esta acción en otros idiomas.

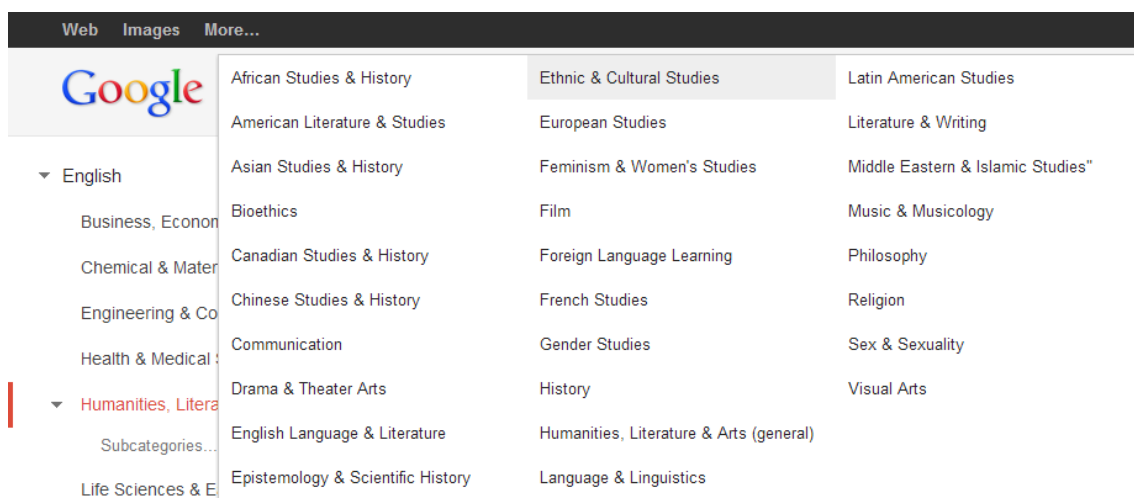


Fig. 2: Búsqueda por categorías

Posicionamiento de las revistas de comunicación españolas

En base al recuento realizado por el Grupo de Investigación EC3 de Granada (Delgado; Repiso, 2012), a partir de los datos suministrados por Google Scholar Metrics, se puede observar cual es el posicionamiento de las revistas de comunicación españolas a nivel internacional, comparándolas con publicaciones de otros países.

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

PRIMER CUARTIL	Publicaciones
Reino Unido	26
Estados Unidos	25
Holanda	2
Canadá	23
Brasil	16
Australia	6

SEGUNDO CUARTIL	Publicaciones
Estados Unidos	21
Reino Unido	16
Brasil	2
Holanda	16
Alemania	6
España	3

TERCER CUARTIL	Publicaciones
Estados Unidos	19
Reino Unido	10
Brasil	16
China	11
España	9
Francia	6

CUARTO CUARTIL	Publicaciones
China	19
España	11
Francia	5
Brasil	4
Reino Unido	4
Venezuela	2

Así, tal y como se puede observar en las tablas aquí recogidas, las revistas españolas de comunicación tienen representación en el segundo (3), en el tercer (9) y en el cuarto cuartil (11), sumando un total de 23 revistas.

Cabe destacar que del reducido grupo de revistas incluidas en el segundo cuartil (Telos, Revista Latina de Comunicación Social y Comunicar), ninguna de ellas está asociada al servicio editorial de alguna universidad, sino que se sustentan por la actividad de sociedades científicas, como el Grupo Comunicar o la Sociedad Latina de Comunicación Social.

CUARTIL PUESTO

REVISTA

2	86	Telos: Cuadernos de comunicación e innovación
	90	Revista Latina de comunicación social
	93	Comunicar
3	111	Zer: Revista de estudios de comunicación
	117	Estudios sobre el Mensaje Periodístico
	119	Comunicación y pedagogía: Nuevas tecnologías y recursos didácticos
	130	Trípodos
	137	Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura
	143	Diálogos de la Comunicación
	143	CIC: Cuadernos de información y comunicación
	155	Pensar la publicidad
158	Ámbitos: Revista internacional de comunicación	
4	177	Comunicación y hombre
	178	Mediaciones
	179	Revista ICONO14
	185	Signa
	189	Archivos de la Filmoteca
	192	Disertaciones
	198	L'Atalante: revista de estudios cinematográficos
	198	Secuencias: Revista de historia del cine
	216	Frame
	216	Making of: cuadernos de cine y educación
216	Versión Original: Revista de cine	

Tras la visualización de la tabla elaborada por el Grupo de Investigación EC3 de Granada, se observa el predominio de publicaciones provenientes de Estados Unidos y Reino Unido sobre el conjunto de publicaciones de comunicación, pero haciendo un cálculo sobre el total recogido en dicha tabla, se observa como la presencia de revistas españolas ocupa el cuarto lugar, por delante de países como Francia, Brasil o Alemania. Ello indica que la presencia de publicaciones científicas españolas comienza a tener un peso mayor en los índices internacionales, aunque, si bien es cierto, el grueso de las publicaciones se concentran en el tercer (9) y en el cuarto cuartil (11), por lo que, hoy por hoy, dista de ser una posición de vanguardia.



Fig. 3: Distribución de las publicaciones por países

Bibliografía:

Aguillo, Isidro F. "Is Google Scholar useful for bibliometrics? A webometric analysis". *Scientometrics*, 2012, v. 91, n. 2, pp. 343-351. <http://dx.doi.org/10.1007/s11192-011-0582-8>

Butler, Declan. "Computing giants launch free science metrics". *Nature*, 2011, v. 476, n. 7358, p. 18. <http://dx.doi.org/10.1038/476018a>

Cabezas-Clavijo, Álvaro; Delgado-López-Cózar, Emilio (2012). "Scholar Metrics: el impacto de las revistas según Google, ¿un divertimento o un producto científico aceptable?". *EC3noticias* <http://ec3noticias.blogspot.com.es/2012/04/scholar-metrics-el-impacto-de-las.html>

Cabezas-Clavijo, Álvaro; Torres-Salinas, Daniel (2012). "Google Scholar Citations y la emergencia de nuevos actores en la evaluación de la

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

investigación”. Anuario ThinkEPI, 2012, n. 6, pp. 147-153. <http://eprints.rclis.org/handle/10760/16924>

Delgado López-Cózar, Emilio (2012). De abril a noviembre: el crecimiento de Google Scholar Metrics. EC3 Working Papers 9

Delgado López-Cózar, Emilio; Repiso, Rafael (2012). Índice H de las revistas de Comunicación según Google Scholar Metrics (2007-2011)

Harzing, Anne-Wil K.; Van der Wal, Ron. “Google Scholar as a new source for citation analysis”. Ethics in science and environmental politics, 2008, v. 8, n. 1, pp. 61-73. <http://dx.doi.org/10.3354/esep00076>