

## **SOBRE LA PERVIVENCIA Y LA DIFUSIÓN DE LAS PUBLICACIONES PERIÓDICAS. ENTREVISTA A TOMÀS BAIGET.**

**Darío Hernández**

Tomàs Baiget es Ingeniero industrial por la Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona. Director de la revista científica *El profesional de la información* ([www.elprofesionaldelainformacion.com](http://www.elprofesionaldelainformacion.com)). Profesor del Máster Online de Documentación Digital, de la Universitat Pompeu Fabra desde 2001. Creador y administrador de la lista electrónica de debate IweTel desde 1993, sobre bibliotecas y documentación, alojada en RedIRIS. Creador y administrador de la lista electrónica de debate Incyt desde 2007, sobre indicadores en ciencia y tecnología, alojada en RedIRIS. Creador de la web «Quotes & Jokes». Gestor del Directorio EXIT. Creador y coordinador del *think tank* sobre Biblioteconomía y Documentación «Grupo de Análisis sobre Estrategia y Prospectiva de la Información». Director del Anuario ThinkEPI desde 2007. Creador, junto con otros autores, del sistema de autoridades de nombres de autor IraLIS (International Registry of Authors – Links to Identify Scientists). Responsable global de contenidos del repositorio E-LIS. Presidente del Centro Internacional para la Investigación en Estrategia y Prospectiva de la Información (CIEPI).



**Como sabemos, fuiste el organizador de la 3ª Conferencia sobre Calidad de las Revistas de Ciencias Sociales y Humanidades, que tuvo lugar en mayo de 2013 en la Universidad de Sevilla. ¿Cómo se desarrolló? ¿Cuáles fueron los principales resultados obtenidos en ella?**

Creo que todos los asistentes sin excepción salimos muy contentos del encuentro. El primer acierto fue elegir Sevilla, esa ciudad que tiene tan especial encanto, donde hace años ya organicé un congreso de EUSIDIC. El segundo acierto fue la disponibilidad y acogida de la US, y sobre todo tener la ayuda de Nieves González

Fernández-Villavicencio para coordinar la logística. La conferencia fue muy dinámica, con presentaciones de sólo quince minutos, excepto las ponencias de Blaise Cronin (Indiana University) y Félix de Moya Anegón (CSIC) que fueron de cuarenta y cinco minutos. La mesa redonda final también fue interesante, pues la discusión y la participación de los asistentes fue intensa. Esto último es básico para garantizar el éxito de un encuentro, y a pesar de que en general los españoles somos callados a la hora de intervenir, en CRECS las discusiones fueron muy ricas, supongo que porque la mayoría de los que estábamos teníamos experiencias que contar y comentar.

Se trataron muchos aspectos distintos, pero desde la organización quisimos insistir en la necesidad de profesionalizar la producción de las revistas. Está demostrado que el voluntarismo tiende a ser efímero, y sobre todo no impone una obligación de llegar a la excelencia, cosa que actualmente, con la enorme competitividad que hay es imprescindible. Para ser mediocres es mejor cerrar. El gran problema, ahora más que nunca, de difícil solución, es la financiación, pero para obtenerla hay que partir de tener un buen producto. Hay que tratar de estar en un círculo virtuoso en vez de vicioso.

**Por lo visto, las dos conferencias anteriores, celebradas en Barcelona y Valencia respectivamente, fueron también un gran éxito, con una gran cantidad de asistentes y con muchos e interesantes debates entre especialistas. ¿Podrías adelantarnos cuáles serán los objetivos del próximo encuentro?**

Resulta sorprendente que un tema tan específico suscite tanto interés, aunque analizado tiene sus explicaciones: las revistas se han dado cuenta de que su existencia no tiene sentido si no es publicando buenos artículos, tanto de contenido como de presentación. Los aspectos formales (metadatos, diseño...) son importantísimos. Las revistas académicas reciben la presión de sus respectivas instituciones para que mejoren su posición en los *rankings* (Impact Factor, SCImago Journal Rank, In-Recs...), pues a su vez las universidades quieren escalar posiciones también en sus respectivos *rankings* (ARWU, Webometrics, THE...). Otra razón del éxito de estas conferencias CRECS es que los que estamos en la publicación de revistas trabajamos bastante en solitario, y tenemos pocas ocasiones para debatir nuestras dudas, experiencias y problemas tan concretos.

La próxima conferencia se celebrará en Madrid, en colaboración con el CSIC y la Universidad Complutense. La gran cantidad de revistas publicadas por estas dos

instituciones garantiza la recepción de una gran cantidad de comunicaciones, por lo que hemos reservado el salón de actos de la sede central del CSIC durante dos días: 8 y 9 de mayo de 2014.

No sé aún exactamente cuál será el lema y los objetivos, pero bien seguro que uno de los temas que estará muy presente será el de la profesionalización y la financiación. Recuerdo que en Sevilla alguien desdeñó los temas económicos diciendo que «el objetivo de una revista no es ganar dinero sino difundir la ciencia». Pero es que con dinero la ciencia se puede difundir muchísimo más y mejor: se pueden contratar buenos servicios de corrección, de diseño, de web, hacer folletos, traducir al inglés, pagar a los evaluadores, encargar artículos a profesionales famosos, contratar personal para que atienda consultas de los lectores o escriba notas de prensa, participe en redes sociales con nuestros contenidos...

**Suele decirse que las revistas de Arte y Humanidades encuentran más dificultades para ser indexadas en catálogos internacionales de calidad que las revistas de Ciencias en general. ¿Piensas que es esto cierto? ¿Crees que existe realmente discriminación en este sentido?**

Sí, es cierto, pero no es una discriminación urdida contra el Arte y las Humanidades sino una consecuencia de la dinámica de cada área del saber. Quienes primero sintieron la necesidad de intercambiar información fueron los científicos: químicos, médicos, biólogos, físicos, farmacéuticos... Ellos crearon y fomentaron las primeras revistas de resúmenes (*abstracts*), que luego se convirtieron en bases de datos. Había mucha demanda de estos productos, y se pusieron en marcha empresas comerciales para producirlos y venderlos. Por otro lado, estas ciencias son más universales que las humanidades y las ciencias sociales, que acostumbran a tener un carácter más local, por lo que eran más fáciles de comercializar, había más clientes dispuestos a pagar por esa información científica. Otro aspecto importante que ha influido es la idiosincrasia de cada ciencia: en las ciencias puras y experimentales se va construyendo sobre investigaciones anteriores y es muy importante citarlas, en cambio en Arte y Humanidades los autores son más creativos, dependen menos de lo que se ha escrito anteriormente –hablando en líneas generales–. La descripción del cuadro se completa con el hecho de que en general las artes y las humanidades han dispuesto de

menos medios económicos, y eso fue determinante en los años en que la informática era muy cara.

Esto está cambiando, ya existen algunas bases de datos de Arte y Humanidades, y las universidades y agencias de acreditación van exigiendo que se figure en ellas. A muchos académicos esto les está resultando muy nuevo.

**¿Cómo y en qué medida crees que está afectando la crisis económica al mundo de las publicaciones periódicas?**

Afecta mucho. Por un lado la falta de subvenciones va en contra del deseado proceso de profesionalización de los responsables de las publicaciones al que me referí antes. Incluso muchas revistas han tenido que cerrar. Por el otro, las bibliotecas disponen de menos dinero, por lo que han cancelado muchas suscripciones. Esto ha afectado mucho más a las editoriales pequeñas, porque las grandes (Wolters-Kluwer, Springer, Elsevier...) venden paquetes de revistas entre las cuales hay algunas con factores de impacto altos que los investigadores consideran imprescindibles, y como consecuencia las bibliotecas dedican todos sus recursos a comprar esos paquetes – negociándolos con cada editorial–. No les queda dinero para otras revistas.

La crisis también ha empujado a que más revistas abandonen la impresión en papel y se distribuyan sólo *online*. Es una tendencia general actual, pero que se ha acentuado por la falta de medios. La revista en papel todavía es preferida por muchas personas, sobre todo para hojearla cuando se recibe. A muchas pequeñas editoriales el enorme abaratamiento de los costes de las imprentas –éstas sí lo están pasando mal– les ha permitido seguir publicando en papel unos años más. Hoy día imprimir una revista a todo color puede costar lo mismo que hace cinco años sólo en blanco y negro.

**¿Consideras, pues, que es la digitalización de periódicos y revistas una de las mejores salidas ante esta situación?**

Sí, es la única salida, no sólo por la crisis que, como dije, la acelera, sino por la evolución de las tecnologías, cada vez más perfeccionadas. Nos vamos acostumbrando a los medios electrónicos. Dentro de quince o veinte años no creo que quede ninguna revista en papel.

**¿Cómo describirías la revista que diriges, *El profesional de la información*, fundada en 1992 y que actualmente está indexada por ISI Social Sciences Citation Index, Scopus y otras bases de datos? ¿Cuáles han sido sus logros más importantes desde que se creó?**

Apareció en 1992 como *newsletter* o boletín de noticias con el nombre *Information World en Español*, pues pretendía ser una traducción parcial de su hermana mayor inglesa *Information World Review*, publicada por la misma editorial Learned Information Ltd., en Oxford. Mi idea era que fuera un medio de comunicación entre los profesionales españoles e hispanoamericanos (el *networking* y el asociacionismo siempre me han interesado mucho). Las circunstancias (compra de la cabecera primero por Swets Subscription Services, de Holanda, y luego por Taylor & Francis, de Inglaterra) nos llevaron a ser revista científica, con evaluación anónima por pares (*peer review*) de los artículos. En todo este tiempo fuimos aprendiendo mucho oficio de cómo debe hacerse una revista.

Nuestra divisa siempre ha sido: artículos originales y científicos pero interesantes, que se entiendan, y con el mínimo de errores. Ello nos hace dedicar un promedio de siete horas en cada artículo, revisando los datos, comprobando los enlaces URL, quitando paja, eliminando repeticiones, desglosando siglas, y muchas veces descifrando qué quiere decir el autor con sus frases enrevesadas. Si algo no se entiende y no se consigue que el autor lo aclare, se elimina. Somos muy radicales en esto: al lector no le puede llegar algo ininteligible porque le frustraría. Así, pues, nuestro objetivo ha sido la calidad y me consta –porque he trabajado en otras revistas– que casi nadie dedica tanto tiempo a mejorar los manuscritos.

Resumiendo, los logros han sido fundamentalmente dos: llegar a autofinanciarnos como revista comercial que no recibe ninguna subvención (supervivencia económica), y ser indexados por las principales bases de datos (supervivencia científica).

**¿Algún consejo para los que, en un panorama tan difícil económicamente y tan competitivo desde el punto de vista académico, deseen poner en marcha una revista que tenga éxito y dure en el tiempo?**

Quien quiera poner en marcha una revista debe estar dispuesto a dedicarle mucho tiempo durante muchos años, a no «cansarse» como por desgracia vemos en tantos casos de publicaciones que no pasan del quinto número. La revista necesita ir poco a poco ganándose la confianza de los autores y de los suscriptores. Es un lazo realimentado: buenos autores atraerán suscriptores, y muchos suscriptores atraerán buenos autores. Con los años de buen trabajo las revistas se van acreditando como marcas de calidad que avalan buenos contenidos.

Ya se trate de una revista comercial, o ya sea gratuita por disponer de una subvención, el director debe cuidar intensamente del *marketing* o promoción. Debe tenerse en cuenta la extraordinaria competitividad que existe para captar el interés y la atención de los lectores. Hoy día sobra información, y quien está interesado en un tema puede acudir a una multitud de fuentes. ¿Cómo lograr que lea nuestra revista? El mundo académico sabe poco de *marketing* y eso resulta ser grave para la viabilidad de una publicación. Si se trata de una revista impresa además se necesita dinero para imprimir copias promocionales, y repartirlas en eventos.

Dada la globalización de todo, incluida la ciencia, un factor importante a considerar es el idioma de publicación. Si se quieren alcanzar puestos altos en el *ranking* del influyente Impact Factor de la base de datos Journal Citation Reports (JCR) –basada en los Science Citation Index–, hay que publicar en inglés y competir fuerte a nivel mundial. Publicar en español nos resulta mucho más cómodo, pero es resignarse a jugar en la segunda o la tercera división. En *El profesional de la información* pensamos que la actual publicación en español es circunstancial, obligada por el general desconocimiento del inglés, pero no podemos sustraernos de la sensación de estar publicando más de un refrito de artículos ingleses. Es duro reconocerlo, pero a la larga tendremos que pasarnos al inglés. De hecho ya publicamos algún artículo en inglés en todos los números (aunque por el momento luego colgamos en nuestra web una versión traducida al español).

Por último, podemos aconsejar la asistencia a la próxima conferencia CRECS que se celebrará, como dije antes, los días 8 y 9 de mayo de 2014 en la sede central del CSIC, en Madrid.

Tomàs Baiget

baiget@gmail.com

<http://www.directorioexit.info/ficha46>