

Editorial 1

Dra. Victoria TUR-VIÑES

Universidad de Alicante. España. victoria.tur@gcloud.ua.es. <https://orcid.org/0000-0002-8442-8068>

Mediterránea en Scopus, en su 13^{er} año de publicación **Mediterranean in Scopus, on its thirteenth year of publication**

Desafiando las supersticiones, malos augurios que acompañan con frecuencia al número 13, *Mediterránea* aterrizó en el cuartil 2 de Scopus cuando cumple su 13^{er} año de edición ininterrumpida.

Sin ánimo de caer en la autocomplacencia, creo que merecemos celebrarlo, con quienes nos leen, citan o colaboran de algún modo. La indexación recibida es un reconocimiento al trabajo denodado y altruista, con vocación de servicio público, de 25 miembros del Equipo Editorial, 65 miembros del Comité Científico, más de 1000 personas revisoras externas, 389 artículos reveladores y, sobre todo, más de 600 autores y autoras que han confiado en la revista, en procesos rigurosos de revisión, para difundir sus investigaciones. La gran familia de *Mediterránea* está configurada por un equipo humano interdisciplinar, internacional, interuniversitario y experimentado. Imposible nombrar aquí a todos y todas. Sí mencionaré a 4 personas que me han acompañado en esta tarea, de un modo intenso y especial. Jesús Segarra-Saavedra, editor adjunto, infatigable, entusiasta, antes aprendiendo y ya aportando, sin él nada hubiera sido posible. Tatiana Hidalgo-Marí, editora adjunta, rigurosa, exhaustiva y meticulosa, revisora excelente. Ambos crecieron con la revista y han dado lo mejor de sí mismos. M^a Carmen Fonseca-Mora, miembro del Comité Científico, ejemplo de compañerismo, siempre acertada e inspiradora en su asesoramiento. Y mi querida Carmen Marta-Lazo, coeditora, que llegó en el momento justo, arrojando el hombro, para que el proyecto pudiera crecer, como así ha sido. Un justo recuerdo también para José Manuel de Pablos, quien, en su faceta visionaria, inculcó en el campo la necesidad de impulsar revistas científicas de Comunicación.

Mediterránea se sitúa así en la posición 158/447 del mundo y 8/31 de España, en la categoría *Communication*, con un H-Index=4 y un SJR=0,39. Obtiene un CiteScore de 0,9 (2021), alcanzando el cuartil 2 (Q2) en el producto derivado Scimago Journal & Country Rank (SJR), en su primer año de indexación, según la actualización publicada el 10 de mayo de 2022. El CiteScore es el valor resultante de la división entre las citas recibidas en los últimos 4 años por los artículos publicados en la revista y el número total de textos publicados (artículos científicos y reseñas). Este valor ha ido mejorando progresivamente, año a año.

Todo esto sucede unos días después de que parte del equipo editorial estuviera en el congreso CRECS celebrado en León y el póster *Gestión editorial del tiempo: plazos de revisión y otras fechas clave en las revistas científicas españolas de Comunicación* recibiera un premio al contenido. Fueron varias las ponencias donde el tiempo se impuso como un problema acuciante. El póster es resultado de un estudio exploratorio, en proceso de publicación, destinado a identificar, clasificar y analizar los 1581 artículos científicos publicados en 2021 de 62 revistas de Comunicación presentes en el listado de Dialnet (2020). Se diferencian los textos que han sido publicados en la sección miscelánea de aquellos que aparecen publicados en monográficos, con la finalidad de centrar la atención en los plazos transcurridos desde que las revistas reciben los artículos hasta que finalmente son publicados. Se consideraron más de 3976 fechas, caprichosamente variadas (aceptación, recepción, publicación, revisión, edición, presentación, aceptación con modificaciones, *open peer review* y *preprint*). El promedio de días entre recepción y publicación es de 74 días, en el total de la muestra. En monográficos, los plazos disminuyen.

Parece posible simplificar estos datos básicos e informar con transparencia a quienes quieren publicar ¿Conseguiremos consensuar algo tan necesario? Un reto que editores y editoras debemos abordar y resolver. Se ha dado el primer paso.

Manejamos tiempos mejorables. Quienes editamos debemos empatizar con quienes firman los textos, sin contagiarnos de las urgencias permanentes. Procurar acusar recibo de cada interacción, informar de forma puntual y continua de la evolución del proceso a autores y autoras, orientar revisiones rigurosas y, a la vez ágiles, y evitar que los textos duerman el sueño de los justos es parte de la gestión editorial del tiempo. Esperar no gusta a nadie, pero los plazos aceptables se entienden necesarios. Quienes revisan son responsables de aceptar o rechazar cuanto antes, para evitar retrasos innecesarios, hacer informes con orientaciones claras y factibles, procurar la mejora del texto y, de aceptar, respetar los plazos de la revista. Por cada texto publicado, al menos, tres colegas han dedicado su tiempo a la revisión. Si pensamos en términos de sostenibilidad del sistema, por cada texto publicado, debemos aceptar tres revisiones. Quienes escriben los textos deben atender las indicaciones de la revista escrupulosamente. Toda indicación tiene un motivo y responde a una parte del proceso necesariamente apoyada por la autogestión. Inexplicablemente, algunos textos ya despuntan su debilidad en el propio envío, olvidando aspectos indicados en las guías de las revistas. Esto influye en los tiempos y también en la aceptación del texto, inexorablemente. Las bases de datos, en plena era de la información y del *Big Data*, tardan más de un año en indexar los contenidos de las revistas que aceptan. Tiempo, tiempos, el bien más preciado, responsabilidad de todos y todas.

También en León, celebramos la asamblea anual de Plataforma de Revistas de Comunicación (PlatCom), un espacio de encuentro entre editores y editoras donde intercambiamos experiencias y apoyo mutuo. Del grupo de revistas asociadas, 5 han entrado en Scopos. Es un espacio único donde compartir y disfrutar entre iguales. Por ese lado, encontramos nuevos motivos para celebrar.

En este número, presentamos 25 textos organizados en dos monográficos instalados en la absoluta actualidad, la sección de Miscelánea y las reseñas (5). Las temáticas de los monográficos son las siguientes:

- Ética de la comunicación digital: nuevos modelos e instrumentos de rendición de cuentas (5 textos más el editorial) coordinado por Dr. Jesús Díaz-Campo (Universidad Internacional de La Rioja, España), la Dra. Ruth Rodríguez-Martínez (Universitat Pompeu Fabra, España), la Dra. María-Teresa Nicolás-Gavilán (Universidad Panamericana, México) y la Dra. Susanne Fengler (Technischen Universität Dortmund, Alemania).

- Desinformación y tratamiento de la memoria democrática en redes sociales (6 textos junto con el editorial), coordinado por Dr. Carlos López-Olano (Universitat de València, España), Dr. Sebastián Sánchez (Universitat de València, España) y Dr. Mauricio Dimant (Hebrew University of Jerusalem, Israel).

Miscelánea compendia 7 artículos de investigación con variedad temática. Los estudios de periodismo motivan dos de los textos. El periodismo inmersivo y la realidad virtual es el tema del texto firmado por Angelo-Eduardo Rocha y Paula-Melani Rocha (Brasil) y el análisis curricular de los estudios de periodismo motivan la propuesta de Carles Marín-Lladó, Laura Cervi y Elvira Calvo-Gutiérrez (España).

Un monstruo viene a verme motiva el texto de Rocío García-Pedreira quien realiza una original comparación entre libro y película, con el foco en la construcción estética y narrativa. Los menores vuelven a ser los protagonistas de la propuesta de Teresa-Gema Martín-Casado. "La creación de contenidos por parte de quienes son menores no representa la igualdad, no siempre se da y no se regula ni cuida como relevante", concluye la autora.

Una creatividad brillante no es siempre garantía de eficacia. Esta es la propuesta de Noemí Martín-García y María-Cruz Alvarado-López, en el marco de estudios de los festivales publicitarios, donde creatividad y eficacia lidian un juego artístico complejo.

La representación de la Unión Europea en la prensa para residentes comunitarios de la Costa del Sol es el objeto de estudio del texto de Juan-Antonio García-Galindo, Natalia Meléndez-Malavé y Antonio Cuartero. Los resultados demuestran que los espacios destacados suelen estar más vinculadas a las cuestiones institucionales de la UE que a la noción de Europa como espacio cultural común.

Pablo Medina-Aguerreberre, Toni González-Pacanowski y Eva Medina firman el séptimo y último texto, que propone un modelo de comunicación útil para la promoción de las asociaciones españolas de personas enfermas de cáncer, un tema con interés tanto publicitario como social.

Seguimos trabajando para visibilizar lo que investigáis.

Gracias.