

# Editorial. La nueva cultura visual en el entorno digital

Javier Marzal-Felici  
Universitat Jaume I

Andreu Casero-Ripollés  
Universitat Jaume I

## Referencia de este artículo

Marzal-Felici, Javier y Casero-Ripollés, Andreu (2023). Editorial n° 26. La nueva cultura visual en el entorno digital. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n° 26. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I, 11-16.

---

## La expansión de la cultura visual en la era digital

No parece exagerado afirmar que Guy Debord se quedó corto cuando calificó nuestra sociedad como una cultura del espectáculo (Debord, 1999), término de origen latino relacionado con *species* –vista, apariencia, tipo de mercancía (propio de nuestra sociedad mercantilista)–, *specio* –mirar, observar– y *espectro* –imagen, apariencia–, donde las imágenes han terminado mezclándose con la realidad, llegando a *irradiarla* por completo. Jean Baudrillard también señaló que vivimos en un mundo dominado por el simulacro, por la hiperrealidad, donde se cuestiona la diferencia de lo «verdadero» y de lo «falso», de lo «real» y de lo «imaginario» (Baudrillard, 1984).

En este sentido, y prueba de la vigencia de las reflexiones de Debord y Baudrillard de hace medio siglo, debemos recordar la relevancia que ha adquirido en los últimos años la problemática de las *fake news* y de la desinformación, cuya expansión se ha visto acelerada por el desarrollo de las redes sociales, que permiten propagar las mentiras de forma masiva (Rodríguez-Ferrándiz, 2018). En cada nuevo proceso electoral, como el que acabamos de vivir con las elecciones generales del 23J, se vuelve más palpable la presencia de las *noticias falsas*, cuya viralización ha multiplicado sus efectos en el sistema mediático contemporáneo.

Es evidente que el marco cultural que se ha ido configurando en los últimos años ha motivado la aparición de un «campo de investigación transdisciplinar y multimetodológico» como es el campo de los estudios sobre «cultura visual». Como ha señalado Irit Rogoff, cabe alinear los estudios visuales con los estudios culturales, tal y como fueron planteados en Gran Bretaña por Richard Hoggart, Raymond Williams y Stuart Hall cuando se centraron en estudios de manifestaciones de la cultura popular, en lugar de la gran literatura inglesa, tratando de revelar «cómo las identidades de raza, género y clase se refractaban a través de las representaciones culturales, desde la literatura «cultura» a las formas populares de la televisión, los cómics, el cine y los bestsellers» (Rampley, 2005: 44).

Para William J. T. Mitchell, *visual culture* es un término que subraya el hecho de que la visión es una construcción cultural, que es aprendida y cultivada, no dada de forma natural. Al mismo tiempo, la expresión *cultura visual* relaciona la imagen con la historia de las artes, de las tecnologías, los medios de masas y las prácticas sociales de representación y recepción que, además, están profundamente vinculadas con las sociedades humanas, con la ética y la política, con la estética y la epistemología de la mirada (Mitchell, 2005: 337-338). En este sentido, la cultura visual debe verse como un campo de estudio «que se niega a dar por sentada la visión, que insiste en teorizar, criticar e historiar el proceso visual en sí mismo» (Català, 2008: 20).

Como se puede constatar en este brevísimo repaso, la temática abordada en la Sección Informe del número 26 de *adComunica* –«La nueva cultura visual en el entorno digital»– constituye un eje central en el campo de estudios de las Ciencias de la Comunicación, cuyo desarrollo ha sido posible bajo la coordinación de Agustín Gómez y Antonio Castro, ambos profesores titulares de la Universidad de Málaga, a quienes agradecemos su dedicación y generosidad.

### **Las revistas científicas, a debate**

No queremos finalizar este editorial sin hacernos eco de uno de los asuntos más controvertidos en los últimos meses, que han ocupado muchas páginas en la prensa española. Reproducimos una serie de titulares, a modo de muestra de esta «ola» de noticias sobre las publicaciones científicas: «Aumenta un 30% la producción

científica española pero baja la calidad de las investigaciones» (ElMundo.es, 2022-12-15); «Ni ‘Science’ ni ‘Nature’, los investigadores españoles dejan las revistas tradicionales» (eldiario.es, 2023-01-14); «Cuatro editoriales cobran 170 millones en cuatro años a las universidades españolas y el CSIC por publicar» (eldiario.es, 2023-01-29); «Los 45 millones que las universidades pagan cada año a las editoriales científicas dejan fuera el 90% investigadores» (eldiario.es, 2023-01-31); «Las revisiones por pares, un negocio milmillonario alimentado con el trabajo gratuito de científicos» (eldiario.es, 2023-02-02); «Dimisión en bloque en una ilustre revista científica por el dinero que exige a los investigadores por publicar: ‘Es inmoral’» (eldiario.es, 2023-04-23); «Un científico que publica un estudio cada dos días muestra el lado más oscuro de la ciencia» (El País, 2023-06-03); «Se vende ‘paper’ por 2.000 dólares. El mercado negro de textos académicos daña la credibilidad de la ciencia» (eldiario.es, 2023-07-23); etc.

En primer lugar, muchos de estos artículos se hacen eco de la fuerte controversia que se está desarrollando en el seno de la comunidad científica acerca del modelo de evaluación de la producción científica. Se trata de un modelo en el que existe una fuerte presión por publicar, el conocido «*publish or perish*», que ha obligado a los investigadores a adaptarse a un modelo de evaluación de la producción científica en el que se siguen sobre todo criterios cuantitativos —cuánto y dónde se publica—, en el que la revista científica ha pasado a ser el formato de publicación hegemónico. Esto ha conducido a un aumento muy notable de la producción científica, una presión que afecta en especial a los investigadores más jóvenes al inicio de su carrera académica. Ya hemos señalado que el origen de la actual «presión por publicar», en especial, en revistas internacionales, se encuentra en el Informe *Estrategia española de Ciencia y Tecnología y de Innovación 2013-2020*, publicado por el Ministerio de Economía y Competitividad en 2012, que proponía como uno de sus seis ejes prioritarios «el apoyo a la Internacionalización y promoción del Liderazgo Internacional del *Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación*», lo que implicó un aumento de presión considerable para incrementar la publicación de artículos en revistas internacionales.

El citado Informe no contemplaba el establecimiento de diferencias entre ámbitos científicos —básicamente entre las Humanidades y Ciencias Sociales frente a las Ciencias Naturales y Experimentales—, lo que suponía uniformizar el pensamiento científico. En este sentido, no debemos olvidar que la manera de difundir, divulgar y compartir la ciencia también condiciona, de manera muy relevante, la forma de investigar, esto es, el modo de definir, estructurar, argumentar y articular el pensamiento científico (Marzal y García-Galindo, 2021).

Esta situación está cambiando de manera muy clara, como lo demuestra el hecho de que ANECA, la agencia estatal de evaluación de la calidad universitaria, se ha adherido a la *San Francisco Declaration on Research Assessment* (DORA) y a la *Coalition for Advancing Research Assessment* (CoARA) con el objetivo de avanzar

hacia una nueva cultura de evaluación de la actividad investigadora en toda su diversidad. En este sentido, «ANECA se adhiere a DORA por compartir la necesidad de abordar la evaluación de la calidad de los artículos científicos —y no solo de las revistas en las que se publican—, de considerar el valor y el impacto de todos los resultados de la investigación (incluidos datos y software) y de considerar el impacto social de la investigación desde una perspectiva más amplia (incluidos indicadores cualitativos, como la influencia sobre políticas y/o prácticas científicas)». La adhesión a CoARA representa el compromiso de la ANECA «con el reconocimiento de la diversidad de prácticas y actividades de investigación en los procesos de evaluación que, además, maximizan su calidad e impacto y logran un sistema más eficiente e inclusivo». En la práctica, el paso dado por ANECA en abril de 2023 supone el avance hacia modelos de evaluación cualitativos, basado en revisión por pares, y con el apoyo y el uso responsable de indicadores cuantitativos.

En nuestra opinión, actualmente están teniendo lugar cambios muy importantes en el campo de la evaluación de la producción científica, que va a tener consecuencias significativas en el ecosistema de las publicaciones científicas y, más concretamente, en el campo de las revistas científicas. Cada año se editan en todo el mundo más de 7 millones y medio de publicaciones científicas (incluyendo artículos científicos, capítulos de libro, libros, informes científicos, actas de congresos de prestigio, etc.). El mundo de la edición científica ha sido históricamente bastante opaco, una situación que está cambiando con rapidez. Por ejemplo, hoy sabemos que el 50% de la producción mundial está en manos de cinco grandes grupos editoriales, a saber, Elsevier, Taylor & Francis, Springer, Sage y Wiley-Blackwell, y que la edición científica mueve un fabuloso negocio de más de 12.000 millones de euros al año. El modelo de producción se basa en que los autores (o las instituciones en las que trabajan), tras la pertinente evaluación por pares ciegos, tienen que pagar por publicar y, con frecuencia, la consulta de esas investigaciones sólo se puede realizar si se abona la correspondiente suscripción a la revista.

En los últimos años, y con el fin de aumentar las citas, se ha arbitrado un sistema para hacer posible a las autoras y autores la publicación en abierto que, generalmente, es posible con el pago de unas tasas de publicación más elevadas (llamados «costes de procesamiento de los artículos» o APC), una estrategia que redundaría en una mayor difusión de la publicación en el seno de la comunidad científica. Este tipo de revistas se conocen como «revistas de acceso abierto dorado». Más generalizado es el modelo de revistas de acceso abierto híbridas («hybrid open access»), que contienen una mezcla de artículos de acceso abierto y artículos de acceso por suscripción. Los editores que siguen este modelo solo proporcionan acceso abierto para aquellos artículos individuales por los cuales los autores pagan una tarifa de publicación o de procesamiento de los artículos. Una alternativa a este modelo es la utilización del acceso abierto verde («green open access»), que consiste en depositar una versión del artículo en un repositorio de acceso abierto.

Gracias al apoyo de numerosas instituciones internacionales, cada vez está adquiriendo una mayor fuerza el apoyo a las revistas de acceso abierto diamante. En este caso, se trata de un modelo de publicación en el que las revistas y plataformas no cobran ni a los/as autores/as ni a los/as lectores/as. Representan iniciativas de publicación impulsadas, dirigidas y gobernadas por la comunidad académica, que tratan de encarnar el concepto de biblio-diversidad y sirven a una gran variedad de comunidades investigadoras, generalmente pequeñas, multilingües y multiculturales. En este sentido, la revista *adComunica* aspira a ocupar un lugar relevante en los rankings de revistas científicas como Clarivate o Elsevier, como revista diamante, de acceso gratuito y abierto para las autoras y autores y para el conjunto de la comunidad científica. Debemos destacar que, por vez primera, *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación* ha obtenido un Factor de Impacto de 0,8 puntos en la categoría «Communication» del ranking *Emerging Sources Citation Index (ESCI)* del *Journal Citation Reports (JCR)* de Clarivate, un resultado que hemos conocido a finales de junio de 2023, y que nos anima a seguir trabajando para resultar atractivos y representativos para autores y lectores. Renovamos, así, nuestro compromiso con el modelo de publicación en abierto diamante, en coherencia con el modelo educativo de la Universitat Jaume I, institución que financia esta publicación.

Finalmente, deseamos agradecer a los autores y autoras que participan en este número su esfuerzo y trabajo al compartir sus investigaciones y reflexiones con la comunidad científica, así como por su confianza en la revista *adComunica*. Extendemos estos agradecimientos a los evaluadores, revisores y miembros del equipo editorial, sin cuyo trabajo no sería posible disponer de esta ventana de publicación.

## Referencias

- Baudrillard, Jean (1984). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- Català Domènech, Josep Maria (2008). *La forma de lo real. Introducción a los estudios visuales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Debord, Guy (1999). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos. (1ª Edición: 1967)
- Marzal Felici, Javier y García Galindo, J. A. (2021). Ponencia de Política Científica para la AE-IC de 2020: un balance y algunas propuestas de mejora. En: *Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación*, Vol.8, n° 15, 24-52. DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.8.15.2>.
- Mitchell, William J. T. (2005). *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*. Chicago: The University of Chicago Press.

Rampley, Matthew (2005). La amenaza fantasma. ¿La cultura visual como fin de la historia del arte?. En José Luis Brea (ed.) (2005), *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid: Akal.

Rodríguez-Ferrándiz, Raúl (2018). *Máscaras de la mentira: el nuevo desorden de la posverdad*. Valencia: Pre-Textos.