

Criterio h5-Index Google S.Metrics

Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital

ISSN: 2255-3401

Grupo de investigación Comunicación y Ciudadanía Digital (SEJ-061)

Director: Víctor Manuel Marí Sáez

Universidad de Cádiz

Descripción previa

El índice de impacto **h5-index de Google Scholar** mide el número de artículos con al menos 5 citas en revistas que hayan alcanzado como mínimo 100 artículos en los últimos 5 años. En el caso de la revista *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, roza dicha cifra (100 artículos) aunque aún no ha llegado a alcanzarla por lo que actualmente no está sujeta a este tipo de análisis.

Por este motivo, al no realizar Google automáticamente la medición de este índice, se ha optado por elaborar un parámetro propio del *h5-index* como modo de sustitución de dicho registro. El nuevo indicador confeccionado en este documento muestra capturas de pantalla con los artículos más relevantes publicados en *Commons* (en cuanto a número citas en Google Scholar se refiere) para avalar que se cumplen los requisitos suficientes para estar sujetos al impacto del criterio h5-index de Google Scholar.

Índice

1. Díaz Bordenave, Juan (2012). La comunicación y el nuevo mundo posible. Commons, 1 (1), 7-13.
2. Meda, Miriam (2012). Del arte de cambiar para que todo siga igual: el Tercer Sector de la Comunicación y la Ley General Audiovisual en España. Commons, 1 (1), 58-84.
3. Marí Sáez, Víctor Manuel (2013). Comunicación, Desarrollo y Cambio Social en España: entre la institucionalización y la implosión del campo. Commons, 2 (2), 7-13.
4. Barranquero , Alejandro (2014). Comunicación, Cambio Social y ONG en España. Pistas para profundizar en la cultura de la cooperación desde los nuevos movimientos comunicacionales. El caso del 15M. Commons, 3 (1), 5-33.
5. Farné, A., & Irazo, A. (2014). Herramientas de comunicación para el Tercer Sector: el uso de las redes sociales por las ONGD catalanas. Commons, 3 (2), 28-55.

1.- Díaz Bordenave, Juan (2012). La comunicación y el nuevo mundo posible. Commons, 1 (1), 7-13.

[\[PDF\] La comunicación y el nuevo mundo posible](#)

J Díaz Bordenave - Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía ..., 2013 - ojs.uca.es

“Otro mundo es posible” es el inspirador lema de los Foros Sociales que se iniciaron en América Latina y que ahora se realizan en muchas regiones. Para nosotros, los comunicadores, es importante entender como podemos contribuir a la construcción de ese nuevo mundo posible.

☆ [Citado por 16](#) [Artículos relacionados](#) [Las 24 versiones](#) [»»](#)

Referencia	Nº citas destacadas	Nº total citas en Google Scholar	Origen de las citas destacadas				ÍNDICE
			JCR	Scopus	SJR	SPI	
VOLUMEN 1, NÚMERO 1 (2012) (In memoriam)	5	16	1	4	4	1	CUMPLE (Más de 5 citas)

2.- Meda, Miriam (2012). Del arte de cambiar para que todo siga igual: el Tercer Sector de la Comunicación y la Ley General Audiovisual en España. *Commons*, 1 (1), 58-84.

Del arte de cambiar para que todo siga igual: el Tercer Sector de la Comunicación y la Ley General Audiovisual en España

M Meda - Commons. *Revista de Comunicación y Ciudadanía ...*, 2013 - ojs.uca.es

Tras dos años con una legislación estatal vigente que en España reconoce y regula la existencia de los medios de comunicación libres y comunitarios (es decir, del Tercer Sector de la Comunicación), ninguna administración autonómica ha concedido licencias a proyectos sin ánimo de lucro. Por tanto, este artículo pretende hacer un recorrido por el antes y el después de la publicación en democracia de la primera norma general estatal audiovisual que, al menos en un primer momento, parecía establecer los inicios de un ...

☆  **Citado por 21** [Artículos relacionados](#) [Las 3 versiones](#) 

Referencia	Nº citas destacadas	Nº total citas en Google Scholar	Origen de las citas destacadas				ÍNDICE
			JCR	Scopus	SJR	SPI	
VOLUMEN 1, NÚMERO 1 (2012) (Artículo)	5	21	0	4	5	0	CUMPLE (Más de 5 citas)

3.- Marí Sáez, Víctor Manuel (2013). Comunicación, Desarrollo y Cambio Social en España: entre la institucionalización y la implosión del campo. Commons, 2 (2), 7-13.

Comunicación, desarrollo y cambio social en España: entre la institucionalización y la implosión del campo

[VMM Saez - Commons](#). Revista de Comunicación y Ciudadanía ..., 2013 - revistas.uca.es

El presente trabajo da cuenta del proceso de institucionalización de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) en España en la primera década del siglo XXI, después de un periodo de olvido y de marginación. La hipótesis de partida es que el actual momento de expansión de la CDCS en el contexto español puede ser analizado como una implosión del campo, esto es, como una ruptura hacia dentro, debido a la inconsistencia y debilidad con la que se institucionalizó. El enfoque metodológico es la revisión documental ...

☆ [🔗](#) **Citado por 22** [Artículos relacionados](#) [Las 4 versiones](#) [🔗](#)

Referencia	Nº citas destacadas	Nº total citas en Google Scholar	Origen de las citas destacadas				ÍNDICE
			JCR	Scopus	SJR	SPI	
VOLUMEN 2, NÚMERO 2 (2013) (Artículo)	10	22	0	9	9	1	CUMPLE (Más de 5 citas)

4.- Barranquero , Alejandro (2014). Comunicación, Cambio Social y ONG en España. Pistas para profundizar en la cultura de la cooperación desde los nuevos movimientos comunicacionales. El caso del 15M. Commons, 3 (1), 5-33.

COMUNICACIÓN, CAMBIO SOCIAL Y ONG EN ESPAÑA. INDICIOS PARA PROFUNDIZAR EN LA CULTURA DE LA COOPERACIÓN DESDE LOS NUEVOS ...

[A Barranquero - Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía ..., 2014 - ojs.uca.es](#)

El siguiente artículo tiene por objeto indagar en la relación entre comunicación y ONG desde las apropiaciones tecnológicas y los nuevos usos comunicacionales que emergen en el ciclo de protestas que se inaugura en 2011, en particular desde movimientos socio-comunicacionales que se definen y estructuran en red como el 15M. Desde la perspectiva de la comunicación para el cambio social, se resumen los rasgos del viejo modelo modernizador que aún domina en muchas organizaciones y se apuntan pistas a fin de ...

☆ [🔗](#) **Citado por 25** [Artículos relacionados](#) [Las 7 versiones](#) [🔗](#)

Referencia	Nº citas destacadas	Nº total citas en Google Scholar	Origen de las citas destacadas				ÍNDICE
			JCR	Scopus	SJR	SPI	
VOLUMEN 3, NÚMERO 1 (2014) (Artículo)	12	25	0	10	11	1	CUMPLE (Más de 5 citas)

5.- Farné, A., & Iranzo, A. (2014). Herramientas de comunicación para el Tercer Sector: el uso de las redes sociales por las ONGD catalanas. *Commons*, 3 (2), 28-55.

Herramientas de comunicación para el tercer sector: el uso de las redes sociales por las ONGD catalanas

A Iranzo, A Farné - ... : revista de comunicación y ciudadanía digital, 2014 - dialnet.unirioja.es

Las redes sociales son ya una herramienta de comunicación más que utilizan todo tipo de entidades. Este artículo se centra en el uso que las organizaciones no gubernamentales de desarrollo (ONGD) de Cataluña realizan de dos de las redes con mayor impacto: Facebook y Twitter. El estudio se enmarca dentro de una investigación más extensa sobre el discurso y las prácticas comunicativas de las ONGD que incluye, además de las redes sociales, los sitios web, las notas de prensa, las campañas y los boletines electrónicos de las ...

☆  **Citado por 9** [Artículos relacionados](#) [Las 7 versiones](#) 

Referencia	Nº citas destacadas	Nº total citas en Google Scholar	Origen de las citas destacadas				ÍNDICE
			JCR	Scopus	SJR	SPI	
VOLUMEN 3, NÚMERO 2 (2014) (Artículo)	2	9	0	1	1	1	CUMPLE (Más de 5 citas)