

Investigación en comunicación. Metodologías, temáticas y fuentes

Communication research. Methodologies, themes and sources

Antonio Castillo-Esparcia¹
acastilloe@uma.es
Elizabet Castellero-Ostio²
ecastillero@uma.es
Universidad de Málaga, España

Recepción: 17/10/2019 Revisión: 29/11/2019 Aceptación: 14/12/2019 Publicación: 20/12/2019
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-18-2019-11-197-218>

Resumen

Las revistas científicas son actualmente el principal instrumento de divulgación con el que cuenta la comunidad científica para transmitir sus investigaciones, siendo el ámbito de la comunicación uno de los que ha experimentado un mayor crecimiento en este tipo de publicaciones. Dada esta proliferación de investigaciones en este campo, son necesarios los estudios bibliométricos como el presente, que persigue como objetivos primordiales: conocer el estado de la cuestión de la investigación en el campo de la comunicación en la actualidad a través de un análisis de contenido, cuyas variables han permitido saber el género de los autores, conocer su procedencia, estudiar la tipología de investigación, las metodologías de los textos y analizar el tipo de fuentes que utilizan en sus investigaciones. Se han analizado, como representativos, los 148 artículos que componen el primer número publicado en los años 2016 y 2017 por cada una de las diez primeras revistas de comunicación indexadas en el *Journal Citation Reports (JCR)*, de *Web of Science*.

Los resultados nos han mostrado que la posición de las mujeres respecto a los hombres en la autoría ha ido mejorando progresivamente. En cuanto a las referencias, se concluye que las autocitas son bastante frecuentes y van en aumento, ya que en 2016 el 84,61% de autores y

¹ Antonio Castillo-Esparcia es Catedrático de Universidad en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, de la Universidad de Málaga, España.

² Elizabet Castellero-Ostio es Profesora Sustituta Interina en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, de la Universidad de Málaga, España.

autoras se autocitan, incrementándose la cifra en 2017 hasta un 88,57%. Además, la tendencia es el aumento de referencias a artículos de revistas en detrimento de los libros, dándose también la circunstancia de que transcurra menos tiempo desde que se publica un artículo hasta que se cita, que en el caso de los libros.

Palabras clave: Revistas científicas, Divulgación, Investigación, Comunicación, Referencias, Metodologías.

Abstract

Scientific journals are currently the main instrument of dissemination with which the scientific community transmits their researches, being the field of communication one of those that has experienced the greatest growth in this type of publications. Given the proliferation of researches in this field, bibliometric studies such as this one are necessary, which pursues as primary objectives: the currently knowledge of scientific activity in the field of communication and the analysis of the sources referenced in scientific articles; this will allow to discover the main theories and authors that support these articles in the main journals in the field of communication research.

Content analysis has been used as a method, whose variables have allowed us to know the gender of the authors, their origin, the topic of the articles, the type of research, the methodologies of the texts and analyse the type of sources they use in their investigations. The 148 articles that make up the first issues published in 2016 and 2017, belonging to the first ten communication journals indexed in the *Journal of Citation Reports (JCR)*, of *Web of Science*, have been analysed as representative.

The results have shown us that the number of articles published in this type of journals is increasing, since they are higher in 2017 than in 2016. The number of signatories of each article is also increasing, being in 2016 the 2, 24 the average number and 3.31 in 2017. Analysing the gender variable, there is a notable difference between the two years; the number of men doubles the number of women in 2016, becoming stabilized in 2017. Regarding to the origin of the researchers, in both years studied, it is the USA the country with a higher percentage, followed by Netherlands and United Kingdom. Focusing the attention on Spanish researchers, they are only present in 2016 in the Communication Research magazine and in 2017 in the Journal of Communication. In both cases there is an article in each magazine where two Spanish people participate, doing it in collaboration with other researchers with different nationalities in 2017. In 2016, the most popular topic in scientific publications is health with 25.64%, secondly, it is advertising and communication campaigns with 12.81%, and the third one is social interaction with 11.50%. In 2017, the predominant theme is digital media (Internet, new technologies and social networks) with 30%, followed by social interaction with 21.44% and health communication with 12.58%.

Regarding the references, it is concluded that citing themselves are quite frequent and they are increasing, since in 2016, 84.61% of authors cite themselves, increasing the figure in 2017 to 88.57%. It is found that this practice is increasing in order to give greater visibility to the work of the researchers themselves. Also, the tendency is the increase of references to articles of magazines to the detriment of the books, and also less time elapses since an article is published until it is cited, than in the case of books.

Keywords: Scientific journals, Dissemination, Research, Communication, References,

Methodologies.

Sumario

1. Introducción
2. Marco teórico
3. Metodología
4. Resultados
5. Discusión y conclusiones
6. Referencias

Summary

1. Introduction
2. Theoretical frame
3. Methodology
4. Results
5. Discussion and conclusions
6. References

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las revistas científicas se presentan como el principal instrumento divulgativo de transmisión de los estudios e investigaciones de la comunidad científica. Coincidiendo con Álvarez y Castillo (2015), actualmente contamos con un sistema de divulgación de la ciencia que promueve el movimiento de personas, de textos y de investigaciones. Por lo que, como apuntan estos autores, los medios a través del que los estudios científicos se publican son, principalmente, las revistas científicas. Se trata de publicaciones periódicas que, tras una selección de los trabajos recibidos bajo unos criterios propios, van publicando dichas investigaciones en formato de artículo científico. Se trata de la opción más elegida por los investigadores e investigadoras, dada la frecuencia de publicación que ofrecen las revistas, permitiendo una mayor visibilización de los autores y autoras, así como de sus trabajos.

2. MARCO TEÓRICO

Los textos científicos son contribuciones de los investigadores e investigadoras en los que se comunican los hallazgos que han realizado en sus estudios (Castillo, 2011). Dichos

manuscritos pueden ser publicados como artículos científicos en publicaciones periódicas como las revistas científicas; las cuáles para ser consideradas como tales, tienen que cumplir con ciertos parámetros establecidos por normas internacionales de la comunidad científica.

Cuando se habla de calidad en las revistas científicas, se hace, como explica Repiso (2015), en una doble vertiente: por un lado, la de los procesos que lleva a cabo para cumplir su misión primordial, la rápida difusión de información científica inédita y veraz. Y por otro, la calidad de la revista como medio de difusión científica.

Hoy en día nos encontramos en un momento en el que ya existe un considerable número de productos evaluadores como: *Scopus*, *Google Scholar Metrics*, *Microsoft Academic Search*, etc., además de indicadores de impacto basado en las citas, *SNIP*, *Eigenfactor*, *SJR*, etc. Aún así, sigue imponiéndose la base de datos *Web of Science* y el factor de impacto como referentes. *Web of Science* permite mostrar los principales temas objeto de estudio en cada disciplina y periodo, además de su evolución a través del tiempo y el desarrollo de estudios comparativos (Compte, Matilla y Hernández, 2018), a pesar de las conocidas limitaciones que presenta en cuanto al sesgo temático, idiomático y la infrarrepresentación de revistas de países no anglófono (Gómez y Bordons, 1996).

El *Journal Citation Report (JCR)* es la herramienta para evaluar de forma crítica las principales publicaciones científicas del mundo que está incluida y se alimenta de la plataforma WoS. Se trata del indicador de calidad más conocido y valorado por los organismos de evaluación de la actividad investigadora; motivo por el que la comunidad científica se interesa en publicar en las revistas que componen su ranking. Mide el impacto de una revista en función de las citas recibidas por los artículos publicados y recogidos en WoS. Ofrece dos ediciones anuales: *JCR Science Edition*, para revistas del área temática de ciencias y *JCR Social Sciences Edition*, para revistas del área temática de ciencias sociales. La información de publicación es de dos años retrospectivos, aunque existe un factor de impacto con los datos de 5 años atrás.

Como claramente y de forma sucinta exponen Castillo, Rubio y Almansa (2012: 250):

Básicamente lo que ofrece el JCR es una serie de indicadores que nos permite conocer las citas que ha recibido una revista estableciendo jerarquías y comparaciones en un mismo campo científico de conocimiento. Es un mecanismo para conocer las revistas que más se consultan y se citan por los

investigadores, qué revistas son las que tienen mayor impacto entre una determinada comunidad científica o las actuales investigaciones más citadas.

El ámbito de la comunicación ha sido uno de los que mayor crecimiento ha experimentado en las revistas científicas debido a que el papel esencial de la información en las sociedades contemporáneas les hace ser objeto de análisis. Así, también la inserción de la comunicación en los procesos de gestión de las organizaciones sociales ha motivado que el interés sobre los efectos (no sólo políticos o sociales) empresariales sea una línea esencial. Este incremento significativo en la cantidad y calidad de las revistas científicas también se debe a que desde instancias educativas se demandan resultados de investigaciones, que son medidos por el tipo de revista en la que se publican los resultados de los estudios (Castillo, Peña y Mañas, 2014).

3. METODOLOGÍA

En dicha investigación se han analizado, como representativos, todos los artículos del primer número publicado en los años 2016 y 2017 por cada una de las diez primeras revistas de comunicación indexadas en el *Journal Citation Reports (JCR)*, de *Web of Science: Journal of Communication, Public Opinion Quarterly, Communication Research, Human Communication Research, Journal of Health Communication, Research on Language and Social Interaction, Public Understanding of Science, Communication Theory, Political Communication* y *Health Communication*.

Finalmente, los artículos analizados en total han sido 148, mediante la metodología empírica-analítica de naturaleza cuantitativa y cualitativa, utilizando como método el análisis de contenido. A modo de síntesis, se ha examinado y comparado por años, 2016 y 2017, el número de investigadores e investigadoras que participan en la elaboración de cada artículo, el género de estos, el orden que ocupan en la autoría, la procedencia, la temática de los artículos y la metodología utilizada, así como la tipología de fuentes a las que se ha recurrido en cada artículo.

Las plantillas de análisis de contenido cuentan con las siguientes variables:

- Datos de autoría.

Cuadro 1. Variables análisis de la autoría de los artículos

Número investigador/a
Género %
Orden de las mujeres en la autoría / Posición %
País de procedencia %

Fuente: Elaboración propia.

- Datos de aspecto temático y metodológico.

Cuadro 2. Variables análisis de la temática de los artículos

Comunicación General
Comunicación Política
Comunicación de la Salud
Comunicación de la Ciencia
Medios de Comunicación
Publicidad/ Campañas de comunicación
Relaciones Públicas
Periodismo
T.V. y Cine/ Otros formatos audiovisuales
Medios Digitales (Internet/ NN.TT./ Redes Sociales)
Interacción Social
Opinión Pública
Otros temas

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 3. Variables análisis de la metodología de los artículos

Revisión bibliográfica
Investigación experimental+cuestionario
Encuesta/ Cuestionario
Estudio longitudinal de varias oleadas (encuestas)
Análisis de contenido
Entrevista
Observación participante
Metaanálisis
Focus group
Panel medición audiencia

Fuente: Elaboración propia

- Datos sobre referencias.

Cuadro 4. Variables análisis de las referencias empleadas en los artículos

Autocita autores/as
Cita a esta revista
Autocita+cita revista

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 5. Variables análisis de los tipos de fuentes recurridas en los artículos

Libros
Revistas
Publicaciones en páginas web/blogs
Publicaciones en diarios/periódicos
Informes/Estudios
Encuentros: Congresos/Reuniones, etc.
Documentos audiovisuales: películas, documentales
Tesis Doctorales
TFM no publicados
Manuscritos pendientes de publicación
Legislación/ documentos oficiales
Software para ordenador
Otros proyectos de investigación
Transcripción cartas/ audiencia

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 6. Variables análisis de año de publicación de libros y revistas referenciadas en los artículos

Décadas anteriores a los 90
Década de los 90
Década del 2000
Del 2010 al 2016

Fuente: Elaboración propia.

4. RESULTADOS

Teniendo en cuenta el número total de artículos publicados en las revistas analizadas en cada año seleccionado, se puede determinar que el número es ligeramente mayor en 2016 que en 2017, con 8 artículos de diferencia.

4.1. Datos de autoría

Conforme a los datos del año 2016, en referencia al número total de autores y autoras que publicaron en estas revistas son 175, frente a los 232 de 2017, a pesar de que en 2017 son menos el número de artículos publicados. Fijándonos en los datos que nos aportan cada una de las revistas, son bastante variados, percibiéndose una diferencia notable en las revistas dedicadas a la comunicación sanitaria, *Journal of Health Communication* y *Health Communication*, que cuentan con un mayor número de autores en ambos años analizados, aumentando incluso en 2017, pasando de 37 y 30, respectivamente, a 49 en las dos revistas.

Teniendo en cuenta el número de firmantes de cada artículo, existe una diferencia clara, en 2016 el número medio de autores es 2,24 y en 2017 un 3,31. Los artículos de la mayoría de las revistas en 2016 están producidos por entre 1 y 4 autores, a excepción de las revistas de comunicación de la salud, que superan esta cifra hasta llegar a los 9 y *Political Communication* y *Public Understanding of Science* que cuentan con artículos elaborados por 6 personas. En el caso de 2017, el 50% de las revistas publican artículos que no superan los 4 autores/as, mientras que la otra mitad pasa esta marca.

La variable género nos proporciona unos datos sumamente interesantes. En el año 2016, de las 10 revistas estudiadas, 3 tienen artículos en los que el número de mujeres supera al de los hombres, *Health Communication*, *Public Understanding of Science* y *Journal of Health Communication*, en la que incluso se dobla el número de mujeres al de hombres. El caso más igualitario lo protagoniza la revista *Communication Theory*, en la que se encuentran representados ambos géneros al 50%. En las 6 restantes, el número de hombres es mayor, siendo el caso más llamativo el de *Research on Language and Social Interaction*, en la que no publican mujeres en el número analizado en 2016. Los datos del 2017 nos arrojan una mayor uniformidad entre ambos sexos: en la mitad de las revistas de comunicación analizadas la participación femenina es mayor a la masculina, doblando incluso en dos ocasiones la

participación de las mujeres frente a los hombres, en *Human Communication Research* y *Public Understanding of Science*.

Continuando con la variable género, teniendo en cuenta la posición de las mujeres en la firma de autoría de los artículos, en 2016 en el 70% de las revistas, cuando las mujeres son autoras de los trabajos de investigación lo hacen en un porcentaje mayor en la primera posición, estando en 2 ocasiones los porcentajes igualados del primer y segundo puesto, en *Public Opinion Quarterly* y *Communication Research*. En general, aunque las mujeres van escalando posiciones en la firma de autoría, cuando los artículos son elaborados en conjunto entre mujeres y hombres, un 57,14% de las ocasiones las mujeres están en la autoría por detrás de los hombres. Destacan en este sentido las revistas *Communication Research*, *Communication Theory* y *Journal of Communication*, ya que en todas las ocasiones de artículos conjuntos las mujeres van detrás de los hombres y en última posición. Por el contrario, encontramos a *Health Communication*, que de las 7 veces que hay autoría compartida entre los dos géneros, 5 están lideradas en los primeros puestos por mujeres antes que hombres.

Si nos vamos a los datos aportados en 2017, en 9 de las 10 revistas, cuando las mujeres forman parte de la autoría de los artículos, lo hacen en un índice mayor en la primera posición, encontrándose en 4 ocasiones los porcentajes igualados el primer y segundo puesto. En este caso, a diferencia de 2016, el porcentaje de publicación femenina en solitario baja hasta el 0,8% además del porcentaje que representa a aquellas ocasiones en las que la autoría está ocupada solo por mujeres o una mayoría a un 59,52%. Después de la primera posición, es la segunda la que mayor número de mujeres ocupa. En este caso el porcentaje de ocasiones en las que la segunda posición es la última sube un poco a 37,5%.

En relación al país de procedencia de los investigadores e investigadoras es EE.UU. con diferencia, un 60,57%, en 2016 y un 55,17% en 2017 del total de autores y autoras, el país del que provienen un mayor porcentaje, estando representada esta nacionalidad en todas las revistas estudiadas. En segundo lugar, son los Países Bajos, con un 10,28% y un 12,5%, presentes en 2016 en la mitad de las revistas y en 2017 en 7 de las revistas. Y el tercer lugar corresponde a Reino Unido, con un 8,57% en 2016 y presente en 7 de las 10 revistas y un 5,60% y representado en 4 revistas. Si ponemos la lupa en los investigadores e

investigadoras españolas, solo están presentes en 2016 en la revista *Communication Research* y en 2017 en la *Journal of Communication*.

De las 10 revistas examinadas, todas publican en inglés, 7 están editadas en EE.UU. y 3 en Reino Unido.

Cuadro 7. Datos de autoría 2016 y 2017

				2017			
	Total/nº firmantes predominante	Hombre/ Mujer			Total/nº firmantes predominante	Hombre/ Mujer	
Journal of Communication	15 / 1	73,33 / 26,67	1ª=50 2ª=25 3ª=25	EE.UU.= 60 Alemania= 6,66 Reino Unido=20 Israel= 13,34	29/ 2 y 6	55,17/ 44,83	1ª=15,38 2ª=30,76 3ª=23,07 4ª=7,69 5ª=7,69 7ª=7,69 8ª=7,69 EE.UU.=58,66 Reino Unido=10,34 Turquía=10,34 Israel=6,89 Islandia=3,44 España=6,89 Finlandia=3,44
Public Opinion Quarterly	11 / 2 y 3	63,63 / 36,37	1ª=50 2ª=50	EE.UU.= 63,63 Reino Unido= 9,09 Suecia= 27,28	15/ 2 y 3	66,66/ 33,34	1ª=60 2ª=20 4ª=20 EE.UU.=60 Dinamarca=33,33 Países Bajos=6,67
Communication Research	12 / 1,2 y 3	58,33 / 41,67	1ª=40 2ª=40 3ª=20	EE.UU.=75 España=16,66 Corea del Sur= 8,34	14/ 2	35,71/ 64,29	1ª= 44,44 2ª= 33,33 3ª=22,22 EE.UU.= 35,73 Países Bajos=28,57 Alemania= 21,42 Bélgica= 14,28
Human Communication Research	17 / 2	59,32 / 40,68	1ª=16,66 2ª=50 3ª=33,34	EE.UU.= 76,47 Reino Unido=11,77 Corea del Sur= 5,88 Países Bajos= 5,88	25/ 2	28/ 72	1ª=33,33 2ª=22,22 3ª=16,66 4ª=11,11 5ª=11,11 7ª=5,55 EE.UU.=56 Países Bajos=36 Bélgica=8
Journal of Health Communication	37/ 3 y 4	32,43 / 67,57	1ª=32 2ª=36 3ª=16 4ª=12 5ª=4	EE.UU.= 72,97 Reino Unido=5,40 Suiza= 2,70 Australia= 10,81 Polonia= 5,40 Israel= 2,72	49/ 3	44,89/ 55,11	1ª=25,92 2ª=25,92 3ª=22,22 4ª=7,40 5ª=7,40 6ª=3,70 7ª=3,70 9ª=3,70 EE.UU.=77,55 Canadá=10,20 Países Bajos=8,17 India=2,04 Kenia=2,04
Research on Language and Social Interaction	9/ 1 y 2	100 / 0	0%	EE.UU.= 11,11 Reino Unido=22,22 Países Bajos=22,22 Alemania= 11,11 Finlandia= 11,11 Dinamarca=	16/ 2	62,5/ 37,5	1ª=33,33 2ª=33,33 3ª=16,6 7ª=16,6 EE.UU.=6,2 Reino Unido=13,3 Países Bajos=37,3 Finlandia=43,2

				22,22				
Public Understanding of Science	17 / 2	41,17 / 58,82	1ª=50 2ª=30 3ª=20	EE.UU.= 11,77 Reino Unido=23,52 Australia= 23,52 Países Bajos=35,29 Alemania= 5,9	15/ 2 y 3	33,33/ 66,67	1ª=40 2ª=40 3ª=10 4ª=10	EE.UU.=33,33 Reino Unido=26,66 Países Bajos=20,02 Canadá=13,33 Dinamarca=6,66
Communication Theory	6 / 1	50 / 50	1ª=66,66 2ª=33,33	EE.UU.= 66,66 Canadá= 33,34	7 / 1	71,42/ 28,58	1ª=100	EE.UU.= 71,42 Israel=28,58
Political Communication	21 / 1	61,90 / 38,09	1ª=62,5 2ª=12,5 3ª=12,5 4ª=12,5	EE.UU.= 57,14 Reino Unido=4,76 Países Bajos=14,28 Bélgica=4,76 Israel= 19,06	13/ 3	61,53/ 38,47	1ª=40 2ª=40 3ª=20	EE.UU.=7,69 Reino Unido=30,79 Francia=15,38 Austria=7,69 Chile=15,38 China=23,07
Health Communication	30/ 1	46,66 / 53,33	1ª=43,75 2ª=18,75 3ª=25 4ª=6,25 5ª=6,25	EE.UU.= 73,33 Países Bajos=20,01 Escocia= 3,33 Corea del Sur= 3,33	49/ 2	44,89/ 55,11	1ª=37,03 2ª=18,51 3ª=14,81 4ª=11,11 5ª=11,11 6ª=3,70 7ª=3,70	EE.UU.=67,34 Fiyi=4,08 Corea del Sur=4,08 Canadá=10,20 Países Bajos=4,08 Alemania=2,04 Israel=8,18

Fuente: Elaboración propia

4.2. Datos de aspectos temáticos y metodológicos

En 2016 el tema más recurrido en las publicaciones científicas que versan sobre comunicación es la especializada en la salud, presente en un 25,64% de los artículos analizados. En este dato influye en parte que las dos revistas dedicadas a la comunicación de la salud, *Journal of Health Communication* y *Health Communication*, son las que presentan un número mayor de artículos publicados, y un gran porcentaje de estos, debido a la naturaleza de las revistas, se centran en esta temática. Pero al margen de esta circunstancia, este tema es recurrido en 6 de las 10 revistas analizadas. En segundo lugar, la temática más reiterada es la publicidad y las campañas de comunicación, que suponen un 12,81% y está presente en 4 de las revistas investigadas, sobre todo a colación de campañas contra la obesidad infantil y el tabaquismo. El tercer lugar lo ocupa la interacción social, con un 11,50% y presente en 3 revistas. Con un número menor de artículos, pero presente en 4 de las publicaciones científicas, encontramos a temas relacionados con la televisión, el cine y otros formatos audiovisuales.

Si observamos los datos recogidos en 2017, en este caso el tema que gira en torno a los medios digitales, conformado por Internet, Nuevas Tecnologías y redes sociales, es el que

más veces es recurrido en los artículos, con un 30% y presente en 7 de las 10 revistas, siendo las redes sociales el que posee mayor representatividad en estas investigaciones. Le sigue de nuevo interacción social con un 21,44%, presente en 6 revistas, y comunicación de la salud, con un 12,85% apareciendo en 3 revistas.

Cuadro 8. Comparación temática de los artículos (2016/2017)

	16/17	16/17	16/17	16/17	16/17	16/17	16/17	16/17	16/17	16/17	16/17	16/17	16/17
Journal of Communication	-	-	11,1/0	-	-	-	11,1/0	22,2/33,3	22,2/0	33,4/50	0/16,7	-	-
Public Opinion Quarterly	-	0/40	-	-	-	20/0	-	0/20	-	-	20/20	60/0	0/20
Communication Research	33,36/0	-	16,66/0	-	16,66/33,33	16,66/0	-	16,66/0	0/66,67	-	-	-	-
Human Communication Research	14,2/0	-	0/14,2	-	-	-	-	-	14,2/0	0/57,3	42,8/28,5	-	28,8/0
Journal of Health Communication	-	-	61,5/30	-	-	38,5/30	-	-	-	0/40	-	-	-
Research on Language and Social Interaction	-	-	16,6/0	-	-	-	-	-	-	-	83,4/100	-	-
Public Understanding of Science	-	0/16,6	14,2/0	42,8/50,2	-	-	-	0/16,6	14,2/0	0/16,6	-	28,8/0	-
Communication Theory	40/0	-	-	-	20/20	-	-	-	-	0/20	0/60	-	40/0
Political Communication	-	100/0	-	-	-	-	-	-	-	0/100	-	-	-
Health Communication	-	-	66,6/35,8	-	0/7,1	25/7,1	-	-	8,4/7,1	0/14,2	0/21,6	-	0/7,1
TOTAL	6,5/0	10,25/4,28	25,64/12,85	3,8/4,28	2,5/5,71	12,81/5,71	1,2/0	3,8/5,71	6,5/7,16	3,8/30	11,50/21,44	6,5/0	5,2/2,86

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 9. Comparación metodología empleada en los artículos (2016/2017)

	16/ 17	16/ 17	16/ 17	16/ 17	16/ 17	16/ 17	16/ 17	16/ 17	16/ 17	16/ 17
Journal of Communication	20/0	13,3/ 16,7	6,7/ 33,2	0/ 16,7	26,6/ 16,7	20/0	6,7/ 0	0/16, 7	-	6,7/ 0
Public Opinion Quarterly	-	16,7/0	66,6 /20	0/60	16,7/ 20	-	-	-	-	-
Communication Research	-	28,7/ 50	57,1 4/ 33,3	0/16,7	14,2/ 0	-	-	-	-	-
Human Communication Research	-	50/75	12,5 /0	12,5/ 12,5	12,5/ 12,5	-	-	12,5/ 0	-	-
Journal of Health Communication	-	33,3/ 50	46,6 /30	-	6,8/ 10	13,3/ 10	-	-	-	-
Research on Language and Social Interaction	16,7/ 40	0/40	-	-	83,3/ 20*	-	-	-	-	-
Public Understanding of Science	22,2/ 33,6	22,2/ 16,6	22,2 /0	-	11,1/ 16,6	11,1/ 16,6	-	-	11,1 / 16,6	-
Communication Theory	100/ 100	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Political Communication	0/33,4	33,4/0	22,2 /50	22,2/ 16,6	11,1/ 0	11,1/ 0	-	-	-	-
Health Communication	15,5/0	23/ 21,4	15,5 / 35,7	-	23/ 28,5	23/ 14,4	-	-	-	-
TOTAL	13,9/ 15,4	23,6/ 29,5	24,7 / 22,5	3,8/ 9,8	19,3/ 14	10,7/ 5,6	1/0	1/ 1,6	1/ 1,6	1/ 0

Fuente: Elaboración propia.

En los números analizados de 2016, la metodología utilizada es la encuesta o el cuestionario con un 24,7% y presente en el 80% de las revistas. Este método ha sido empleado tanto personalmente como por correo ordinario o a través del correo electrónico, siendo la vía online la más utilizada. Le sigue muy de cerca, con un 23,6%, la investigación experimental acompañada del cumplimiento de un cuestionario, empleada en el 90% de las revistas. En tercer lugar encontramos el análisis de contenido, representado con un 19,3% y presente también en 9 de las 10 revistas. La observación participante junto al metaanálisis, al focus

group y el panel de medición de audiencia son los métodos de investigación menos recurrentes.

Si pasamos a 2017, se invierte el orden de las metodologías más utilizadas, siendo en primer lugar la investigación experimental con cuestionario la más empleada en los artículos con un 29,5% y aplicada en 9 de las 10 revistas y en segundo lugar el cuestionario o encuesta, con un 22,5% y presente en un 80% de las revistas. En este caso, el tercer lugar lo ocupa la revisión bibliográfica con un 15,4% y utilizada en 6 de las revistas. Además, encontramos muy cerca al análisis de contenido, con un 14%, pero empleado en el 90% de las publicaciones científicas. En este caso encontramos también en la revista *Research on Language and Social Interaction*, un análisis del seguimiento ocular en las conversaciones, que hemos clasificado de forma general como análisis de contenido. Siguen siendo el metaanálisis y el focus group los métodos menos utilizados, desapareciendo incluso la observación participante y el panel de medición de audiencia.

4.3. Datos sobre referencias

Las autocitas que los propios autores y autoras hacen de sus trabajos en los artículos publicados en estas 10 revistas de comunicación alcanzan las 249 en 2016, lo que supone un 5,81% de las referencias totales recogidas en estas publicaciones científicas. En 2017 esta cifra asciende a 315, lo que representa un 7,45% de las referencias recogidas en estas revistas en este año. La revista en la que los investigadores e investigadoras citan con mayor frecuencia sus trabajos en 2016 es *Journal of Communication* con 41 autocitas, que supone un 7,53% de las referencias recogidas en el número estudiado en este año. Le sigue *Human Communication Research* con 40 (8,52%) y las revistas sobre comunicación de la salud (*Journal of Health Communication* y *Health Communication*), con 37 autocitas, que suponen respectivamente el 5,28% y el 6,96% de sus referencias. En 2017 la revista que lidera este ranking es *Health Communication* con 59 autocitas (7,58%), *Human Communication Research* con 45 (6,96%) y *Research on Language and Social Interaction* con 40 (8,90%).

Cuadro 10. Comparación referencias de los artículos (2016/2017)

	16/17	16/17	16/17	16/17	16/17	16/17
Journal of Communication	41/37	7,53/9,06	23/13	4,22/3,18	5/3	0,9/0,73
Public Opinion Quarterly	8/12	3,21/5,06	9/9	3,61/3,79	0/0	0/0
Communication Research	10/20	2,40/5,11	31/13	7,45/3,32	2/2	0,48/0,51
Human Communication Research	40/45	8,52/11,68	8/14	1,7/3,63	2/3	0,42/0,77
Journal of Health Communication	37/34	5,28/6,96	38/27	5,42/5,53	5/3	0,71/0,61
Research on Language and Social Interaction	27/40	10,93/8,90	15/21	6,07/4,67	2/1	0,80/0,22
Public Understanding of Science	10/27	2,92/7,12	24/56	7,01/14,77	3/0	0,87/0
Communication Theory	12/6	3,77/1,69	15/12	4,71/3,39	0/0	0/0
Political Communication	27/35	5,79/9,80	29/7	6,22/1,96	4/0	0,85/0
Health Communication	37/59	6,96/7,58	32/22	6,02/2,82	2/6	0,37/0,77
TOTAL	249/315	5,81/7,45	224/194	5,23/4,59	25/18	0,58/0,42

Fuente: Elaboración propia

En el caso en el que se citan a las propias revistas en los artículos publicados en ellas, en 2016 esta cifra alcanza las 224 citas, lo que supone un 5,23% de las referencias recogidas en las revistas, bajando hasta las 194 citas en 2017, traduciéndose esto en un 4,59% de las referencias. En 2016 la revista que mayor número de citas recoge de la propia revista en la que se está publicando los artículos es *Journal of Health Communication* con 38 citas (5,42% de las referencias de esta revista). Le sigue *Health Communication* con 32 citas (6,02% de las referencias de esta revista). En 2017 son *Public Understanding of Science* con 56 citas (14,77% de las referencias de esta revista) e igualmente *Journal of Health Communication* con 27 citas a esta revista (5,53% de las referencias de esta revista) y *Health Communication* con 22 citas a la revista (2,82% de las referencias de esta revista).

Las publicaciones sobre comunicación en las que menos se citan a las propias revistas en las que se está escribiendo son en 2016 *Human Communication Research* con 8 referencias a esta revista (1,70% de las referencias recogidas en esta) y en 2017 *Political Communication* con 7 citas recogidas a la propia revista (1,96% de las referencias recogidas en esta revista).

En última instancia, se han analizado los tipos de fuentes a las que se han acudido en cada trabajo de investigación. En ambos años, son las revistas las más referenciadas en los artículos analizados con una significativa diferencia con la siguiente fuente que más ha sido recurrida, los libros. Las referencias a las revistas en 2016 suman un total de 2.713 (63,35% de las referencias recogidas en ese año) incrementándose la cifra hasta alcanzar las 2.893 referencias en 2017 (68,45% de las referencias de este año). En el caso de los libros, en 2016 son 1.216 (28,39%) y en 2017 bajan a 975 (23,07%). El tercer lugar en 2016 lo ocupan las publicaciones en el medio digital, páginas web o blogs, que suman 116 (2,70% de las referencias de ese año), y en 2017 los informes y estudios publicados por investigadores e investigadoras que forman parte de centros de investigación, 122 (2,88% del total de referencias recogidas en ese año).

Cuadro 11. Comparación fuentes de las referencias de los artículos (2016/2017)

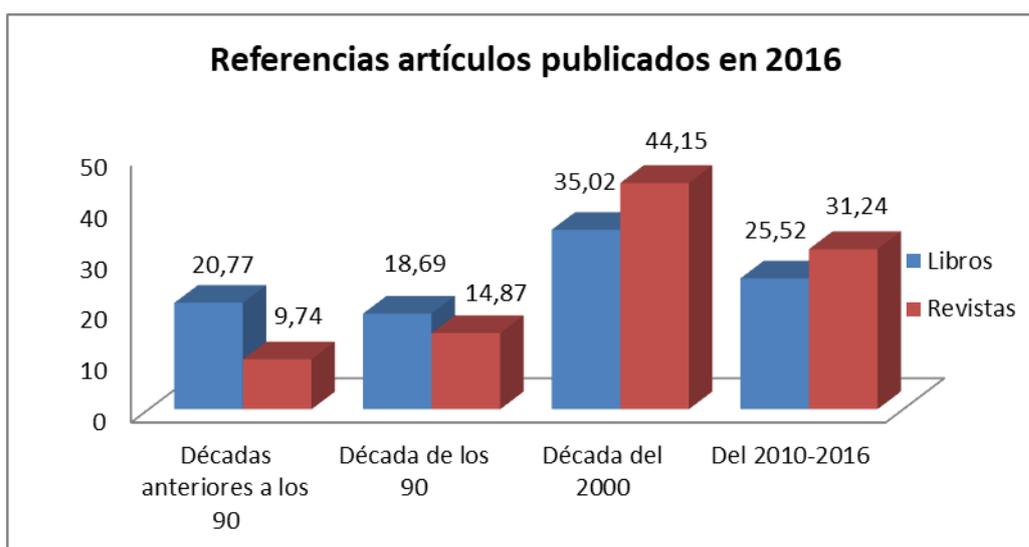
	16/ 17	16/17	16/17	16/17	16/17	16/17	16/ 17	16/ 17	16/ 17	16/17	16/17	16/ 17	16/17	16/17
Journal of Communication	210/152	258/229	20/6	10/4	19/4	5/8	11/0	-	-	4/2	1/3	1/1	5/0	-
Public Opinion Quarterly	67/37	165/176	2/0	0/2	10/13	1/6	1/0	1/1	-	-	0/2	2/0	-	-
Communication Research	124/77	270/294	6/9	0/1	10/10	6/0	-	-	-	-	-	-	-	-
Human Communication Research	87/54	366/304	4/9	0/2	6/6	4/9	-	-	-	1/1	-	1/0	-	-
Journal of Health Communication	74/58	589/383	14/14	1/0	17/22	3/6	-	-	-	-	1/2	1/3	-	-
Research on Language and Social Interaction	109/148	124/291	3/2	1/0	-	4/2	1/0	1/0	0/2	4/1	-	0/3	-	-
Public Understanding of Science	137/93	168/228	19/17	0/7	7/30	8/0	-	0/3	0/1	-	-	-	-	3/0
Communication Theory	165/150	123/194	9/1	7/4	5/1	3/1	4/0	1/2	1/0	-	-	-	-	-
Political Communication	133/72	313/266	4/2	5/8	5/7	2/2	1/0	-	-	1/0	-	1/0	1/0	-
Health Communication	110/134	337/528	35/13	6/64	36/29	4/6	-	0/2	0/2	1/0	2/0	-	-	-
TOTAL	1.216/975	2.713/2.893	116/73	30/92	115/122	40/40	18/0	3/8	1/5	11/4	4/7	6/7	6/0	3/0
TOTAL (%)	28,39/23,07	63,35/68,45	2,70/1,73	0,70/2,17	2,68/2,88	0,93/0,94	0,42/0	0,09/0,19	0,02/0,12	0,25/0,09	0,10/0,18	0,14/0,18	0,14/0	0,09/0

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 1 se puede apreciar que el mayor número de referencias a libros recogidas en los artículos publicados en el primer número de 2016 por las 10 revistas analizadas se concentran en la década del 2000, es decir entre 2000 y 2009, suponiendo estas el 35,02% de los libros citados por los artículos estudiados, destacando el año 2004, con 57 referencias a libros publicados en esta fecha de un total de 1.242. Le sigue el periodo comprendido entre el 2010 y el 2017, con un 25,52%, siendo 2012 el año que más referencias a libros aglutina, con 81. Muy llamativo es el dato del tercer porcentaje, 20,77%, que corresponde a estas publicaciones realizadas en décadas anteriores a 1990.

Deteniéndonos en el caso concreto de las revistas analizadas, en los números publicados en 2016 solo *Research on Language and Social Interaction*, en primer lugar, y *Journal of Communication*, en segundo, son las únicas publicaciones científicas en las que se han referenciado libros más recientes, pertenecientes al mismo año de publicación de estos artículos, 2016. Estas mismas revistas también han citado artículos publicados en 2016, además de *Human Communication Research*. En el caso de citas a libros publicados en 2015, son solo las revistas mencionadas las que los referencian, siendo diferente el caso de las citas a artículos pertenecientes a este año, ya que son un mayor número y han sido referenciados en más revistas; 6 en concreto.

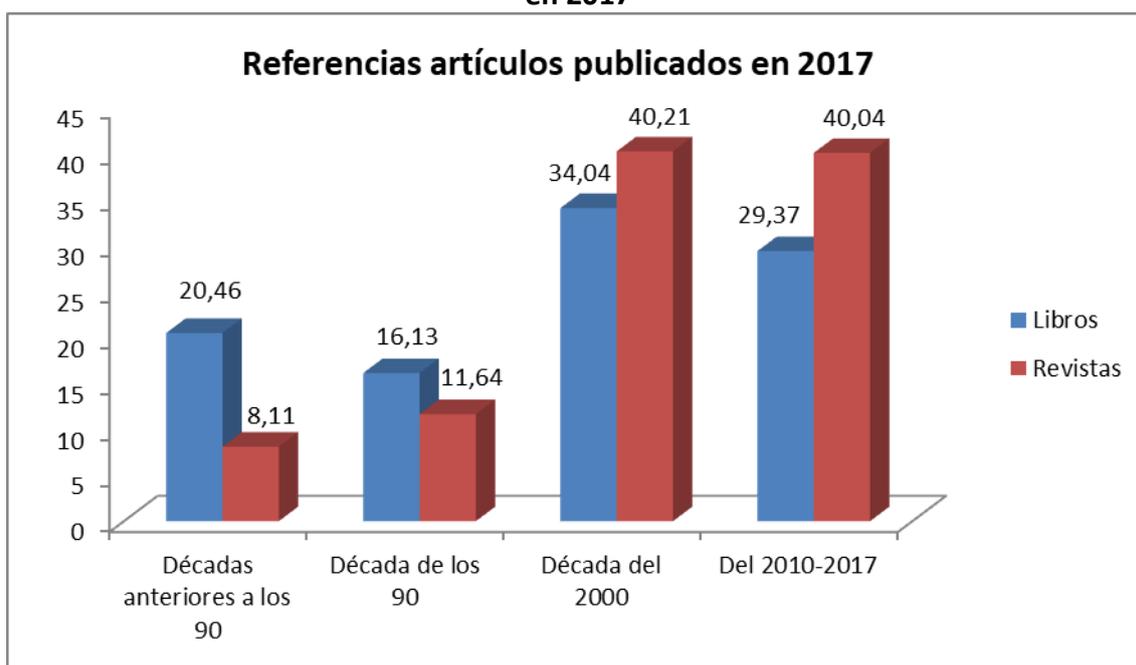
Gráfico 1. Años de publicación de las referencias a libros y revistas en artículos publicados en 2016



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 2, se pueden visualizar los datos correspondientes a las referencias de los artículos publicados en el año 2017. Las cifras nos muestran que la situación de los libros citados es igual que en el caso de las referencias observadas en 2016; el mayor porcentaje de libros referenciados han sido publicados en la década del 2000, le sigue el periodo más reciente (2010-2017) y posteriormente se encuentran los libros cuya publicación ha sido anterior a la década de los 90. Si nos fijamos en los artículos de revistas referenciados, la situación se iguala casi en el mismo porcentaje, 40,21% y 40,04%, la cantidad de citas a estos artículos que han sido publicados entre el 2000 y 2017. Le sigue, igualmente, la década de los 90. En ambos casos, la mayor cantidad de citas a libros y revistas publicados en la década del 2000 al 2009, corresponde al año 2009, y en el caso del periodo más actual, 2010-2017, es el año 2013 el que concentra un mayor número de estas referencias.

Gráfico 2. Años de publicación de las referencias a libros y revistas en artículos publicados en 2017



Fuente: Elaboración propia.

De estos datos se desprende la conclusión de que sí se aprecia una diferencia entre las citas a libros y artículos de revistas en relación al tiempo transcurrido entre su publicación y posterior referencia. Aunque la mayor cantidad de referencias, tanto de libros como de

artículos de revistas, son publicaciones pertenecientes a la década del 2000-2009, siguiéndole la más actual (2010-2017), existe un mayor peso de artículos que de libros concentrados en estos periodos de publicación. Los porcentajes pertenecientes a los libros nos indican una situación más repartida entre los diferentes periodos establecidos, además de ocupar el tercer lugar las décadas anteriores a los 90, siendo para los artículos el caso contrario, la década de los 90. Este hecho nos indica que es más frecuente que transcurra menos tiempo desde que se publica un artículo hasta que se cita, que en el caso de los libros.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El número de autores y autoras que publican en las revistas científicas que forman parte de los primeros puestos de las indexadas en el *Journal Citation Reports* (JCR) va en aumento; lo que supone que cada vez son más los investigadores e investigadoras que se interesan en dar proyección a sus trabajos e investigaciones a través de estas publicaciones científicas, dado el prestigio académico que otorga poder publicar en estas.

La tendencia es la coautoría compartida entre 2 ó 3 personas. Deteniéndonos en la variable género, existe una notable diferencia entre ambos años comparados. Mientras que en 2016 el número de hombres superaba al de las mujeres, en 2017 la situación se estabiliza, presentándose más uniforme entre ambos sexos, siendo la predisposición a una mayor participación femenina progresivamente. Además, en general, se ha ido mejorando la posición de las mujeres respecto a los hombres, ya que en los artículos conjuntos entre ambos géneros se han bajado las ocasiones en las que las mujeres están en la autoría por detrás de los hombres.

Es EE.UU., con una diferencia considerable con el resto de países representados, el país del que proviene un mayor porcentaje, seguido de los Países Bajos. Si prestamos atención a la investigación por parte de los autores y autoras procedentes de centros españoles, observamos que solo están presentes en una revista en 2016 y otra en 2017, coincidiendo en ambos casos la participación de 2 personas de nacionalidad española, que además en 2017 colaboran con investigadores de otros países.

Según la supervisión de los datos obtenidos en cuanto a aspectos temáticos y metodológicos, se puede concluir que los temas más recurridos en estas publicaciones científicas son la comunicación de la salud, la interacción social y, cada vez con mayor frecuencia, los medios digitales, conformados por Internet, las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y las redes sociales. En cuanto a la variable metodológica, las técnicas más empleadas en los artículos publicados son la investigación experimental acompañada de la cumplimentación de un cuestionario, la encuesta o cuestionario y el análisis de contenido.

6. REFERENCIAS

ÁLVAREZ, A. y CASTILLO, A. (2015). Autores en revistas latinoamericanas de mayor impacto en comunicación. *Opción*, 31(3), 70-90. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11336/42347>

CASTILLO, A. (2011). El rol de las publicaciones científicas en Comunicación en el EEES: indexación e impacto. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 1 (1), 135-154. doi: <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-1-2011-07-135-154>

CASTILLO, A. y CARRETÓN, M.C. (2010). Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España. *Comunicación y Sociedad*, XXIII (2), 289-327. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10045/22678>

CASTILLO, A., PEÑA, V. y MAÑAS, S. (2014). Revistas de comunicación en España. Una aproximación histórica. *Historia y Comunicación social*, 19, 621-630. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/>

CASTILLO, A., RUBIO, A. y ALMANSA, A. (2012). La investigación en comunicación. Análisis bibliométrico de las revistas de mayor impacto del ISI. *Revista Latina de Comunicación Social*, (67), 248- 270. doi: 10.4185/RLCS-067-955-248-270

COMPTE-PUJOL, M., MATILLA, K. y HERNÁNDEZ, S. (2018). Estrategia y Relaciones Públicas: un estudio bibliométrico comparativo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 748-764. doi: 10.4185/RLCS-2018-1280

COPE, B. y KALANTZIS, M. (2009). Signs of Epistemic Disruption: Transformations in the Knowledge System of the Academic Journal. *First Monday*, 14 (4). Recuperado de

<http://www.ojphi.org/ojs/index.php/fm/article/view/2309/2163HICS/article/viewFile/45053/42424>

GÓMEZ, I. y BORDONS, M. (1996). Limitaciones en el uso de los indicadores bibliométricos para la evaluación científica. *Política Científica*, (46), 21-26. Recuperado de <http://digital.csic.es/bitstream/10261/9813/1/20090122134420909.pdf>

OSCA-LLUCH, J. (2012). Aspectos regionales de las revistas españolas de ciencias sociales y humanidades: calidad y visibilidad internacional. *Biblio 3 W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, XVII (998). Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-998.htm>

REPISO, R. (2015). Cómo identificar una revista de calidad. *Cardiocre*, 50 (2), 46-48. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.carcor.2014.12.002>

Forma de citar este artículo:

CASTILLO-ESPARCIA, A. y CASTILLERO-OSTIO, E. (2019). Investigación en comunicación. Metodologías, temáticas y fuentes. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. IX, N° 18, 197-218. Recuperado el ____ de _____ de ____, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-18-2019-11-197-218>.