**Investigación en comunicación. Metodologías, temáticas y fuentes**

Communication research. Methodologies, themes and sources

Antonio Castillo-Esparcia[[1]](#footnote-2)

acastilloe@uma.es

Universidad de Málaga, España

Elizabet Castillero-Ostio[[2]](#footnote-3)

ecastillero@uma.es

Universidad de Málaga, España

**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 los primeros números publicados en los años 2016 y 2017 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 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 claves:** Revistas científicas; Divulgación; Investigación; Comunicación; Referencias; Metodologías

**Abstract:**

Scientific journals are currently the main resource of dissemination available to the scientific community to transmit their research, being the field of communication one of those that has experienced greater growth in this type of publications. Given this proliferation of researches in this field, bibliometric studies such as the present one are necessary, having as primary objectives: to know the state of the research question in the field of communication at present through content analysis, whose variables have allowed knowing the authors' gender, knowing their origin, studying the type of research, the methodologies of the texts and analyzing the type of sources they use in their research. The 148 articles that make up the first issues published in 2016 and 2017 of the first ten communication journals indexed in the Journal Citation Reports (JCR) of the Web of Science have been analyzed as representative.

The results have shown that the position of women with respect to men in authorship has been progressively improving. Regarding the references, it is concluded that self-citations are quite frequent and they are increasing, since in 2016 84.61% of authors do self-citation, increasing the figure in 2017 to 88.57%. In addition, the trend is the increase in references to journal articles to the detriment of books, also giving the circumstance that less time elapses since an article is published until it is cited, than in the case of books

**Key words:** Scientific journals; Dissemination; Research; Communication; References; Methodologies

**1. INTRODUCCIÓN**

La aparición de Internet y las redes sociales, así como la digitalización de los textos, la construcción de las infraestructuras open access y el crecimiento del número de repositorios, coincidentes a grande rasgos con el inicio del siglo XXI, ha acrecentado el interés y el debate sobre la creación y el intercambio de la producción científica (Cope y Kalantzis, 2009).

En la actualidad las revistas científicas se presentan como el principal instrumento divulgativo de transmisión de los estudios e investigaciones de la comunidad científica. Como apunta Osca-Lluch (2012), toda comunidad necesita un medio de expresión a través del cual registra, difunde e intercambia experiencias entre sus propios integrantes y con los de otros grupos. Por lo que la comunidad científica, como queda patente con el desarrollo de las primeras revistas científicas en el siglo XVII, no es ajena a este hecho. La cultura científica no puede dejar de lado las publicaciones científicas, pero no todas poseen el mismo prestigio y grado de influencia en la comunidad científica. El reconocimiento obedece, en gran medida, a la calidad y la visibilidad que presente.

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 de los que los estudios científicos se publican, son principalmente los siguientes:

Las revistas científicas, cuyos formatos son publicaciones periódicas, 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. Por lo que, las revistas se han convertido en el principal sistema de comunicación de la comunidad científica, ya que son mecanismos masivos, y es por ello que también se encuentran en permanente sistema de valoración a través de las evaluaciones por pares. Otro de los condicionantes importantes para que los investigadores e investigadoras opten por publicar en este tipo de formato es la promoción en la carrera académica. El peso y la importancia que se proporciona a la publicación de artículos en ciertas revistas científicas indexadas en bases de datos de prestigio internacional por parte de las agencias evaluadoras de la actividad docente e investigadora son bastante considerables.

Los libros y capítulos de libros que contienen investigaciones, tanto de contenido teórico como el destinado a material docente. Pero este formato, debido a su proceso de producción, normalmente más dilatado que el de las revistas, lo hacen poco práctico para los investigadores e investigadoras.

Los congresos, seminarios o reuniones científicas que buscan el conocimiento de los aportes de la comunicad científica en cada campo de estudio y el intercambio de opiniones entre los miembros de esta.

**2. MARCO TEÓRICO**

**2.1. La publicación en revistas científicas**

Los textos científicos son contribuciones de los investigadores e investigadoras en los que se comunican los hallazgos que se han realizado en sus estudios (Castillo, 2011). Dichos manuscritos pueden ser publicados como artículos científicos en publicaciones periódicas como las revistas científicas; las cuales 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. Además, la calidad se vincula al prestigio de los actores involucrados en estos procesos, al impacto que los trabajos publicados perciben en la comunidad científica –normalmente vinculado al impact factor y otros indicadores basados en citas–, la presencia en bases de datos de prestigio u otros reconocimientos externos que equivalen en la revista como excelente (premios, certificados, etc.).

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 impacto como referentes. A pesar de ello, como indica Repiso (2015, p. 47):

con la digitalización de las revistas científicas están apareciendo una nueva serie de indicadores basados en la Web 2.0 que analizan diferentes aspectos de la actividad académica, los denominados Altmetrics, que desde una nueva perspectiva abordan la investigación y su impacto científico y social, lo que en la actualidad supone un nuevo enfoque para la evaluación de los trabajos científicos.

*Web of Science* (WoS) sigue siendo actualmente la base de datos bibliográfica y de citas que cuenta con mayor prestigio entre la comunidad científica internacional, 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). Se trata de una plataforma basada en tecnología Web que reúne las referencias de las principales publicaciones científicas de cualquier disciplina del conocimiento (científico, tecnológico, humanístico y sociológico) desde 1945. Esta gran base de datos fue en sus inicios producto del *Institute for Scientific Information* (ISI), pasando en 1992 a manos de *Thomson Reuters* bajo la plataforma denominada *Web of Knowledge* (conocida como WoK). Hasta que en octubre de 2016 esta empresa vendió sus negocios de propiedad intelectual y ciencias a varios fondos de inversión afiliados con *Onex Corporation y Baring Private Equity Asia*; por lo que la plataforma conocida como Wok pasa a denominarse *Web of Science* (WoS), propiedad de la empresa *Clarivate Analytics*.

Debido al gran prestigio académico logrado por la base de datos inicial, WoK, y su sucesora, WoS, en los últimos tiempos los investigadores e investigadoras de los cinco continentes se esfuerzan por publicar sus trabajos en las revistas incluidas en sus bases de datos. Por lo que esta plataforma se establece como el más destacado escaparate que 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).

**El *Journal Citation Report* (JCR)** es la herramienta objetiva y sistemática 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 compone 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. Es necesario puntualizar que no hay factor de impacto para el área de Arte y Humanidades, salvo para Historia y Lingüística.

Como claramente y de forma sucinta exponen Castillo, Rubio y Almansa (2012, p. 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.

**2.2. Los estudios bibliométricos y la situación actual de la investigación en comunicación**

Tal y como la definen Castillo y Carretón (2010, p. 291):

La bibliometría es una parte de la cienciometría que aplica métodos matemáticos y estadísticos a toda la literatura de carácter científico y a los autores que la producen, con el objetivo de estudiar y analizar la actividad científica. Para ello se ayuda de las leyes bibliométricas, basadas en el comportamiento estadístico regular que a lo largo del tiempo han mostrado los diferentes elementos que forman parte de la ciencia. Los instrumentos utilizados para medir los aspectos de este fenómeno social son los indicadores bibliométricos, medidas que proporcionan información sobre los resultados de la actividad científica en cualquiera de sus manifestaciones.

Siguiendo las indicaciones de estos investigadores, los estudios bibliométricos permiten conocer los ámbitos en los que se desarrollan las temáticas de un campo científico, saber las tendencias de las investigaciones, identificar a los grupos de investigación (investigadores e investigadoras) que se encuentran activos, verificar el grado de interconexiones internacionales entre investigaciones, el género de los investigadores, los sistemas de citas de otras publicaciones, las citas de las publicaciones donde se está publicando, las autocitas de los propios investigadores e investigadoras, los centros de investigación -educativos, profesionales o investigadores- en los que se llevan a cabo los estudios, etc. En definitiva, todo un conjunto de parámetros que permiten exhibir el panorama del estudio de la investigación en un campo concreto.

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**

Este estudio es una investigación bibliométrica que persigue como objetivos principales el conocimiento de la actividad científica en el campo de la comunicación actualmente y el análisis de las fuentes referenciadas en los artículos científicos; lo que permitirá descubrir las principales teorías y autores que sustentan dichos artículos en las principales revistas en el ámbito de la investigación en comunicación.

En dicha investigación se han analizado, como representativos, todos los artículos de los primeros números publicados en los años 2016 y 2017 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

|  |
| --- |
| **VARIABLES ANÁLISIS AUTORÍA**  |
| **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

|  |
| --- |
| **VARIABLES ANÁLISIS TEMÁTICA** |
| 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

|  |
| --- |
| **VARIABLES ANÁLISIS METODOLOGÍA** |
| 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

|  |
| --- |
| **VARIABLES ANÁLISIS REFERENCIAS** |
| 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

|  |
| --- |
| **VARIABLES ANÁLISIS FUENTES** |
| 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

|  |
| --- |
| **VARIABLES ANÁLISIS DE AÑO DE PUBLICACIÓN DE LIBROS Y REVISTAS REFERENCIADAS**  |
| Décadas anteriores a los 90  |
| Década de los 90  |
| Década del 2000 |
| Del 2010 al 2016 |

Fuente: Elaboración propia

**4. ANÁLISIS DE LOS 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 publicados en las revistas *Journal of Communication*, *Journal of Health Communication*, *Research on Language and Social Interaction*, *Public Understanding of Science* y *Political Communication*. A excepción de la revista *Health Communication*, el resto de revistas en 2017 siguen publicando el mismo número de artículos o incluso un número menor.

Cuadro 7: Número de artículos publicados por años (2016-2017)

|  |  |
| --- | --- |
| **Revistas de Comunicación** | **Número de artículos publicados** |
|  | **2016** | **2017** |
| Journal of Communication | 9 | 6 |
| Public Opinion Quarterly | 5 | 5 |
| Communication Research | 6 | 6 |
| Human Communication Research | 7 | 7 |
| Journal of Health Communication | 13 | 10 |
| Research on Language and Social Interaction | 9 | 5 |
| Public Understanding of Science | 7 | 6 |
| Communication Theory | 5 | 5 |
| Political Communication | 8 | 6 |
| Health Communication | 12 | 14 |
| **TOTAL** | **78** | **70** |

Fuente: Elaboración propia

**4.1. Datos de autoría**

En este apartado se han analizado las siguientes variables:

1. Número de investigadores/as

2. Género de los autores/as

3. Orden de las mujeres en la autoría (posición)

4. El país de procedencia

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 o de la salud, *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. En el lado opuesto encontramos a *Communication Theory*, que es la publicación que menos investigadores e investigadoras publican en ambos años, 6 y 7 respectivamente.

Teniendo en cuenta el número de firmantes de cada artículo, existe una diferencia clara, en 2016 predominan los artículos firmados en primer lugar por un solo autor/a, siguiéndole los elaborados por 2 personas, siendo el número medio de autores 2,24. En el caso de 2017, prevalecen los artículos firmados por 2 investigadores/as, seguidos por los elaborados por 3, siendo el número medio de autores 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. Entre ellas se encuentran, igualmente las de comunicación de la salud, *Human Communication Research* y *Research on Language and Social Interaction*, que alcanzan los 7 autores y *Journal of Communication* que cuenta con hasta 10 autores en un artículo.

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 estos datos hay que tener en cuenta que el 38,25% de las ocasiones que las mujeres ocupan un primer puesto en la autoría es porque publican en solitario, además de que en numerosas ocasiones, el 73,52%, en el que comparten autoría esta está compuesta por un porcentaje mayor de mujeres que de hombres, incluso solo por mujeres. Tras la primera posición, es el segundo lugar el más ocupado por las mujeres, aunque sin dejar de lado que en un 32% esta posición significa el último lugar en la autoría. 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, en ambos años analizados, 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, y coincidiendo también en ambos año, 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*. En ambos casos en un artículo por cada revista en la que participan 2 personas de nacionalidad española, que además en 2017 lo hacen en colaboración con otros investigadores de otras nacionalidades.

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

- EE.UU.: *Journal of Communication, Human Communication Research, Communication Research, Research on Language and Social Interaction, Communication Theory, Health Communication, Public Understanding of Science.*

- Reino Unido: *Journal of Health Communication, Political Communication, Public Opinion Quarterly.*

Cruzando los datos de las nacionalidades de las revistas analizadas en este estudio con las de los autores y autoras que han publicado en ellas en los números indicados, podemos determinar que en 2016 en el 50% de las revistas, todas americanas, coincide la nacionalidad de esta con la nacionalidad del mayor porcentaje de autores y autoras que publican en ellas. En 2017 la cifra de esta coincidencia en la nacionalidad aumenta, llegando al 70%; siendo en este caso 6 de las 7 revistas también de nacionalidad americana. Por el contrario, en las en las revistas inglesas no se da esta coincidencia, normalmente los investigadores americanos que publican en estas superan a los británicos, ya que solo en 1 de estas 3 revistas, *Political Communication*, existe esta correlación de nacionalidad entre revista e investigadores en 2017. Por lo que se detecta en las revistas americanas una tendencia de la publicación de autores y autoras de esta misma nacionalidad.

Cuadro 8: Datos de autoría 2016 y 2017

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **REVISTAS**  | **Número investigador/a** | **Género %** | **Orden de las mujeres en la autoría Posición %**  | **País**  **%** | **Número investigador/a** | **Género**  **%** | **Orden de las mujeres en la autoría Posición %** | **País**  **%** |
| **2016** | **2017** |
|  | Total/nº firmantes predominante  | Hombre/ Mujer |  |  | Total/nº firmantes predominante  | Hombre/ Mujer |  |  |
| Journal of Communication | 15 / 1 | 73,33 / 26,66 | 1ª=50 2ª =25 3ª =25 | EE.UU.= 60 Alemania= 6,66 Reino Unido=20 Israel= 13,33 | 29/ 2 y 6 | 55,17/ 44,82 | 1ª=15,38 2ª=30,76 3ª=23,07 4ª=7,69 5ª=7,69 7ª=7,69 8ª=7,69 | EE.UU.=58,62 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 / 36,36 | 1ª=50 2ª=50 | EE.UU.= 63,63 Reino Unido= 9,09 Suecia= 27,27 | 15/ 2 y 3 | 66,66/ 33,33 | 1ª=60 2ª=20 4ª=20 | EE.UU.=60 Dinamarca=33,33 Países Bajos=6,66 |
| Communication Research | 12 / 1,2 y 3 | 58,33 / 41,66 | 1ª=40 2ª=40 3ª=20 | EE.UU.=75 España=16,66 Corea del Sur= 8,33 | 14/ 2 | 35,71/ 64,28 | 1ª= 44,44 2ª= 33,33 3ª=22,22 | EE.UU.= 35,71 Países Bajos=28,57 Alemania= 21,42 Bélgica= 14,28 |
| Human Communication Research | 17 / 2 | 58,82 / 35,29 | 1ª=16,66 2ª=50 3ª=33,33 | EE.UU.= 76,47 Reino Unido=11,76 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 / 67,56 | 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= 2,70 | 49/ 3 | 44,89/ 55,10 | 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=8,16 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= 22,22 | 16/ 2 | 62,5/ 37,5 | 1ª=33,33 2ª=33,33 3ª=16,6 7ª=16,6 | EE.UU.=6,25 Reino Unido=13,33 Países Bajos=37,5 Finlandia=43,75 |
| Public Understanding of Science | 17 / 2 | 41,17 / 58,82 | 1ª=50 2ª=30 3ª=20 | EE.UU.= 11,76 Reino Unido=23,52 Australia= 23,52 Países Bajos=35,29 Alemania= 5,88 | 15/ 2 y 3 | 33,33/ 66,66 | 1ª=40 2ª=40 3ª=10 4ª=10 | EE.UU.=33,33 Reino Unido=26,66 Países Bajos=20 Canadá=13,33 Dinamarca=6,66 |
| Communication Theory | 6 / 1 | 50 / 50 | 1ª=66,66 2ª=33,33 | EE.UU.= 66,66 Canadá= 33,33 | 7 / 1 | 71,42/ 28,57 | 1ª=100 | EE.UU.= 71,42 Israel=28,57 |
| 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= 19,04 | 13/ 3 | 61,53/ 38,46 | 1ª=40 2ª=40 3ª=20 | EE.UU.=7,69 Reino Unido=30,76 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 Escocia= 3,33 Corea del Sur= 3,33 | 49/ 2 | 44,89/ 55,10 | 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=8,16 |

Fuente: Elaboración propia

**4.2. Datos de aspectos temáticos y metodológicos**

En este apartado nos hemos encontrado con la dificultad de una variedad de artículos que versan sobre temas muy diferentes, aunque todos vistos desde una perspectiva comunicativa. Es por ello que se ha procurado homogeneizar la temática, clasificando los artículos en una serie de temas comunes, dependiendo de la materia principal en torno a la que gira la investigación en cada caso, con el objeto de un óptimo tratamiento de los datos que permita la comparación de los resultados entre las distintas publicaciones científicas analizadas.

Como resultado, se ha podido reunir los artículos en 13 categorías que condensan los temas principales encontrados en los artículos analizados, consiguiendo de esta forma presentar de forma genérica los contenidos que se plantean en las diferentes publicaciones.

 Cuadro 9: Comparativa temática de los artículos (2016/2017)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TEMÁTICA REVISTAS** | **Com. General (%)**  | **Com. Política (%)** | **Com. Salud (%)** | **Com. Ciencia (%)** | **M.d.c. (%)**  | **Publicidad/ Campañas de comunicación (%)** | **RR.PP. (%)**  | **Periodismo (%)**  | **T.V. y Cine/ Otros formatos audiovisuales (%)** | **Medios Digitales (Internet/ NN.TT./ Redes Sociales) (%)** | **Interacción Social (%)** | **Opinión Pública (%)** | **Otros temas (%)** |
| Comparativa años 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 | 33,3/50 | 0/16,6 | - | - |
| Public Opinion Quarterly | - | 0/40 | - | - | - | 20/0 | - | 0/20 | - | - | 20/20 | 60/0 | 0/20 |
| Communication Research | 33,3/0 | - | 16,6/0 | - | 16,6/33,3 | 16,6/0 | - | 16,6/0 | 0/66,6 | - | - | - | - |
| Human Communication Research | 14,2/0 | - | 0/14,2 | - | - | - | - | - | 14,2/0 | 0/57,1 | 42,8/28,5 | - | 28,5/0 |
| Journal of Health Communication | - | - | 61,5/30 | - | - | 38,4/30 | - | - | - | 0/40 | - | - | - |
| Research on Language and Social Interaction | - | - | 16,6/0 | - | - | - | - | - | - | - | 83,3/100 | - | - |
| Public Understanding of Science | - | 0/16,6 | 14,2/0 | 42,8/50 | - | - | - | 0/16,6 | 14,2/0 | 0/16,6 | - | 28,5/0 | - |
| Communication Theory | 40/0 | - | - | - | 20/20 | - | - | - | - | 0/20 | 0/60 |  | 40/0 |
| Political Communication | - | 100/0 | - | - | - | - | - | - | - | 0/100 | - | - | - |
| Health Communication | - | - | 66,6/35,7 | - | 0/7,1 | 25/7,1 | - | - | 8,3/7,1 | 0/14,2 | 0/21,4 | - | 0/7,1 |
| **TOTAL** | **6,41/0** | **10,25/****4,28** | **25,64/****12,85** | **3,8/****4,28** | **2,5/****5,71** | **12,82/5,71** | **1,2/****0** | **3,8/****5,71** | **6,4/****7,14** | **3,8/****30** | **11,53/****21,42** | **6,4/0** | **5,12/2,85** |

Fuente: Elaboración propia

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 12,82% 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 11,53% 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 21,42%, presente en 6 revistas, y comunicación de la salud, con un 12,85% apareciendo en 3 revistas.

En relación a la variable metodológica, tras el análisis de los artículos, se ha procedido a una clasificación de la técnica empleada en 10 métodos diferentes.

Cuadro 10: Comparativa metodología empleada en los artículos (2016/2017)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **METODOLOGÍA****REVISTAS** | **Revisión bibliográfica****%** | **Inv. Experimental +cuestionario****%** | **Encuesta/ Cuestionario (%)** | **Estudio longitudinal de varias oleadas (encuestas) (%)** | **Análisis de contenido %** | **Entrevista**  **%** | **Observación participante (%)** | **Metaanálisis %** | **Focus group (%)** | **Panel medición audiencia (%)** |
| Comparativa años 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 | 13,3/16,6 | 6,6/33,3 | 0/16,6 | 26,6/16,6 | 20/0 | 6,6/0 | 0/16,6 | - | 6,6/0 |
| Public Opinion Quarterly | - | 16,6/0 | 66,6/20 | 0/60 | 16,6/20 | - | - | - | - | - |
| Communication Research | - | 28,5/50 | 57,14/33,3 | 0/16,6 | 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 | - | 6,6/10 | 13,3/10 | - | - | - | - |
| Research on Language and Social Interaction | 16,6/40 | 0/40 | - | - | 83,3/20\* | - | - | - | - | - |
| Public Understanding of Science | 22,2/33,3 | 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 | 0/33,3 | 33,3/0 | 22,2/50 | 22,2/16,6 | 11,1/0 | 11,1/0 | - | - | - | - |
| Health Communication | 15,3/0 | 23/21,4 | 15,3/35,7 | - | 23/28,5 | 23/14,2 | - | - | - | - |
| **TOTAL** | **13,9/****15,4** | **23,6/****29,5** | **24,7/****22,5** | **3,2/****9,8** | **19,3/****14** | **10,7/****5,6** | **1/0** | **1/****1,4** | **1/****1,4** | **1/****0** |

Fuente: Elaboración propia

En los números analizados de 2016, la metodología mayormente 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 en 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**

En este último apartado, nos centramos en las fuentes referenciadas por las revistas estudiadas, analizando aspectos como las autocitas que los propios investigadores hacen de sus propios trabajos y a las referencias que hacen en los trabajos presentados de las propias revistas en las que están publicando.

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%).

En el lado opuesto, como revistas en las que menos autocitas se recogen, encontramos en 2016 a *Public Opinion Quarterly* con 8 autocitas (3,25%) y *Communication Theory* en 2017 con 6 autocitas (1,69%).

Son sumamente frecuentes los casos en los que los autores y autoras se autocitan en los artículos propios. En 2016 supone un 84,61% frente al 15,39% de los casos en los que en los artículos analizados no lo hacen. En 2017 la cifra incluso asciende a un 88,57% frente a un 11,43% que no lo hace.

Cuadro 11: Comparativa referencias de los artículos (2016/2017)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **REFERENCIAS REVISTAS** | **Autocita autores/as** | **Autocita autores/as %** | **Cita a esta revista** | **Cita a esta revista**  **%** | **Autocita+cita revista** | **Autocita+cita revista**  **%** |
| **Comparativa años 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).

Por último, si aunamos las autocitas de los investigadores e investigadoras junto con las citas a las propias revistas en las que publican, se puede apreciar que los casos son menos frecuentes. En 2016 esta circunstancia se dio en total en 25 ocasiones, lo que supone un 0,58% del total de las referencias recogidas en este año, bajando en 2017 a 18 veces, solo un 0,42% de las referencias totales en este año.

Como revistas en las que más se han llevado a cabo esta práctica están *Journal of Communication* y *Journal of Health Communication* con 5 casos en ambas que suponen el 0,9% y el 0,71% de las referencias de cada revista respectivamente. En 2017 la que resalta es *Health Communication* con 6 ocasiones que suponen el 0,77%.

Las publicaciones científicas en las que no se han dado esta condición en las referencias son en 2016 *Public Opinion Quarterly* y *Communication Theory*. Y en 2017 son las citadas anteriormente junto a *Public Understanding of Science* y *Political Communication*.

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 12: Comparativa fuentes de las referencias de los artículos (2016/2017)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **FUENTES REVISTAS** | Libros | Revistas | Publicaciones en página web/blog | Publicaciones en diarios/periódicos | Informes/ estudios | Encuentros: Congresos/ Reuniones | Docu. audiovisuales:  | Tesis Doctorales | TFM no publicados | Manuscritos pendientes de publicación | Legislación/ documentos oficiales | Software para ordenador | Otros proyectos de investigación | Transcripción Cartas/ audiencia |
| **Comparativa años 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/ 1,72** | **0,70/ 2,17** | **2,68/ 2,88** | **0,93/ 0,94** | **0,42/ 0** | **0,07/ 0,18** | **0,02/ 0,11** | **0,25/ 0,09**  | **0,09/ 0,16** | **0,14/ 0,16** | **0,14/ 0** | **0,07/0** |

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta a dos tipos de fuentes, libros y revistas, referenciadas en los artículos que forman parte de los números de las revistas estudiadas, nos hemos centrado en el año de publicación de cada una de estas referencias, con el objeto de averiguar si existe diferencia entre ambos formatos en relación al tiempo que transcurre desde que se publican hasta que se citan en dichos artículos.

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.

Dando paso al caso de los artículos de revistas referenciados, igualmente el mayor número de estos han sido divulgados en la década comprendida entre el 2000 y 2009, suponiendo un 44,15% este tipo de fuente. También le sigue el periodo comprendido entre el 2010 y 2016, pero en este caso la tercera posición es para la década de los 90, con 14,85%.

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.

Centrándonos individualmente en las revistas investigadas, solo 2 publicaciones científicas de las 10 analizadas han referenciado artículos de revistas con fecha de publicación del mismo año de estos artículos, 2017: *Journal of Communication* y *Research on Language and Social Interaction*. Siendo nulas las citas a los libros publicados en 2017, en cuyo caso, a los divulgados en 2016 solo han sido citados en los artículos de 2 revistas: *Journal of Communication* y *Political Communication*.

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**

Tras la obtención de los datos, y haciendo una comparativa entre los dos años analizados, se puede determinar que 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.

Teniendo en cuenta el número de firmantes de los artículos publicados en estas revistas, la tendencia es la coautoría compartida entre 2 o 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.

Centrándonos en el país de procedencia de los autores y autoras, en ambos años analizados, 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 pude 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.

En referencia a las autocitas a los propios trabajos, son bastante frecuentes los casos en los que autores y autoras lo hacen; además se constata que cada vez se llevan más a la práctica con el objeto de dar una mayor visibilización del fruto de los trabajos de los propios investigadores e investigadoras. Las citas a las propias revistas no son tan habituales y la tendencia, según los datos de los años estudiados, es a bajar.

Los datos concernientes a la tipología de las fuentes referenciadas en los artículos revelan que, además de ser las revistas las fuentes más referenciadas con clara distancia de los libros como segunda fuente más recurrida, es más frecuente que transcurra menos tiempo desde que se publica un artículo hasta que se cita, que en el caso de los libros.

Finalmente, sería necesario puntualizar que esta investigación se centra en las 10 primeras revistas de comunicación que lideran el ranking JCR proporcionado por WoS, además de analizar, a modo de muestra representativa, todos los artículos de los primeros números publicados por estas revistas en los años 2016 y 2017. Por lo que resultaría interesante, en futuras investigaciones, tanto la ampliación de la muestra de las publicaciones científicas para analizar, como los números de las publicaciones de las revistas en ambos años. De esta manera se podría complementar los datos obtenidos y constatar si las conclusiones a las que se han llegado en este estudio siguen la misma línea expuesta. Además, enriquecería la presente investigación incrementar el número de variables de análisis, con el objeto de obtener un estudio más completo sobre el panorama de las divulgaciones científicas en el campo de la comunicación.

**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/2309/2163

HICS/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 Bibiográfica 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. *Cardiocore*, *50* (2), 46-48. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.carcor.2014.12.002

1. Antonio Castillo-Esparcia es profesor en el departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga, España. [↑](#footnote-ref-2)
2. Elizabet Castillero-Ostio es profesora en el departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga, España. [↑](#footnote-ref-3)