

F. Javier

Herrero

(Coord.)

Elegir dónde publicar. Transferencia de la investigación en Comunicación

Carmen Fonseca-Mora | José Antonio Meyer | María Belén
Fernández | Maricela López-Ornelas | Yelina Piedra |
Raymond Colle | Manuel Martínez Nicolás | Enric Saperas

Prólogo de Marisa Humanes

Cuadernos Artesanos de Latina / 22

ULL

Universidad
de La Laguna



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA



Revista
Latina
de Comunicación Social



Colección Cuadernos Artesanos de Latina

22º - Elegir dónde publicar. Transferencia de la investigación en el área de Comunicación

Carmen Fonseca-Mora | José Antonio Meyer | María Belén Fernández | Maricela López-Ornelas | Yelina Piedra | Raymond Colle | Manuel Martínez Nicolás | Enric Saperas | Prologuista: María Luisa Humanes | Coordinador: Francisco Javier Herrero

Precio social: 5,75 € / Precio librería: 7,50 €

Editores: Concha Mateos Martín y Alberto Ardèvol Abreu

Diseño: Juan Manuel Álvarez

Ilustración de portada: Fragmento de la serie *Cosmoarte* (1980), de Pedro González

Imprime y **distribuye**: F. Drago. Andocopias S. L.
c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 54 | fotocopiasdrago@telefonica.net

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal
- La Laguna (Tenerife), 2012 – Creative Commons *

(<http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/portada2012.html>)

(<http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/artesanos.html>)

Descargar para *e-book*:

<http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/22.epub>

Protocolo de envío de manuscritos con destino a C.A.L.:

<http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/protocolo.html>

ISBN – 13: 978-84-939795-6-0

ISBN – 10: 84-93795-6-2

D. L.: TF-69-2012

Francisco Javier Herrero (Coordinador)

Elegir dónde publicar. Transferencia de la investigación en Comunicación

Cuadernos Artesanos de Latina / 22



Universidad
de La Laguna



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



Revista
Latina
de Comunicación Social



A los investigadores
en Comunicación

- Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.

Índice

Introducción Fco. Javier Herrero	7
Prólogo Marisa Humanes	9
Claves de difusión de artículos científicos Carmen Fonseca	15
Revistas académicas de Comunicación en México: evaluación inicial de su contribución interdisciplinaria José Antonio Meyer y María Belén Fernández	25
Indicadores cibernéticos. Una descripción de los procesos de Comunicación en las revistas académicas electrónicas Maricela López	35
Campo científico de la Comunicación: examinando su estructura intelectual a través del análisis de cocitación Yelina Piedra	49
La temática de <i>Revista Latina de Comunicación Social</i> , 1998-2008 Raymond Colle	69

La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007).
Análisis de los artículos publicados en revistas científicas

Manuel Martínez Nicolás y Enric Saperas Lapiedra 95

Informe descriptivo de la estructura de contenidos de los artículos
científicos publicados por la Revista Latina de Comunicación Social
durante los años 2007, 2008, 2009 y 2010

Enric Saperas 131

Los autores..... 135



Introducción

Fco. Javier Herrero Gutiérrez, Universidad de Salamanca,
javiherrero82@usal.es

EN el Cuaderno Artesano que tiene la posibilidad de leer se presentan unas determinadas claves que le pueden beneficiar en su carrera investigadora. Usted está ante un conjunto de cinco textos, recopilados de distintos Congresos y de *Revista Latina de Comunicación Social*, que le pueden ayudar a conocer un poco más la situación de la investigación y su difusión, especialmente en la especialidad de Comunicación.

Todo ello porque investigar es importante pero la capacidad que los autores tienen para realizar relevantes investigaciones ha de tener una coherencia y correspondencia con el afán que también han de tener dichos autores por buscar un soporte idóneo para que sus hallazgos lleguen al mayor número de lectores; en definitiva: la necesidad de buscar una acertada difusión para que las pesquisas científicas obtenidas tengan la suficiente visibilidad en forma de artículos en los que se puedan seguir apoyando otros investigadores. La profesora **Carmen Fonseca-Mora** presenta precisamente las *Claves de difusión de artículos científicos*.

Si nos referimos a la investigación en Comunicación, afortunadamente esta especialidad de las Ciencias Sociales es estudiada cada vez con mayor frecuencia. ¿Pero cuáles son las temáticas concretas que se investigan? Parece necesario saber este aspecto y ése es el eje del artículo titulado *Revistas académicas de Comunicación en México: evaluación inicial de contribución disciplinaria*. Sus autores, **José Antonio Meyer** y **María Belén Fernández**, se adentran en conocer las temáticas generales y específicas a partir de una selección de revistas académicas mexicanas.

En los últimos años, además, las revistas científicas –no sólo de Comunicación sino refiriéndonos a términos globales– han comenzado a ser también sus propios objetos de estudio. Precisamente, la autora **Maricela López-Ornelas**, en su artículo *Indicadores cibernéticos. Una descripción de los procesos de comunicación en las revistas académicas electrónicas* realiza un estudio basado en indicadores cibernéticos de la Revista Electrónica de Investigación Educativa (REDIE). En esta misma línea de conocimiento, **Raymond Colle** realiza un estudio de caso en su artículo *La temática de Revista Latina de Comunicación Social, 1998-2008*. En éste se analiza la temática de esta revista científica y los asuntos más abordados por los investigadores que fueron autores de algún artículo en esta publicación. Este texto del profesor Raymond Colle se complementa a la perfección con el *Informe descriptivo de la estructura de contenidos de los artículos científicos publicados por la Revista Latina de Comunicación Social durante los años 2007, 2008, 2009 y 2010*, escrito por **Enric Saperas**, y en el que se realiza un análisis de los artículos publicados en ese periodo de cuatro años aplicando la fórmula IMRyDC+B.

En una misma línea de tomar a las revistas como objeto de estudio se sitúa el texto *La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas*, de **Manuel Martínez Nicolás** y **Enric Saperas Lapiedra**, quienes realizan un análisis de contenido cuantitativo de cuatro revistas: Anàlisi, Comunicación y Sociedad, Estudios del Mensaje Periodístico y ZER. Y en ese mismo sentido está orientado el texto de **Yelina Piedra**: *Campo científico de la Comunicación: examinando su estructura intelectual a través del análisis de cocitación*. El análisis de su investigación se centra en el examen de los estudios de Comunicación.

En definitiva, nos encontramos ante un conjunto de cinco textos, prologados, y avalados, por **Marisa Humanes**, que abordan temáticas con una misma línea argumental: la investigación en Comunicación y su difusión tomando como soporte a las revistas científicas. Análisis generales, en algunos ocasiones, y estudios de caso, en otras, permiten al lector obtener un panorama más que certero sobre la situación que atraviesa la investigación en Comunicación.



Prólogo

María Luisa Humanes

[Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación (GEAC)

Universidad Rey Juan Carlos]

EN los últimos años las revistas científicas se han convertido en el vehículo más importante para la difusión y discusión de los resultados de la investigación en comunicación. Varias son las razones que se pueden esgrimir para explicar esta situación: el crecimiento y la madurez del campo científico, el llamado “efecto ANECA” y otros procesos de evaluación, la necesidad de asemejarse tanto a otras ciencias sociales como al desarrollo de la investigación en comunicación en el ámbito anglosajón... En cualquiera de los casos, nadie pone en duda su importancia. En España, el nacimiento de las revistas científicas está vinculado al establecimiento de los estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación en la Universidad en los años 70 (Moragas, 2011: 296). Así, la publicación pionera –la revista *Anàlisi*– comienza su andadura en 1980 en la Universidad Autónoma de Barcelona. La seguirán *Comunicación y Sociedad* (1988, Universidad de Navarra), *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (1994, Universidad Complutense de Madrid), *Zer* (1996, Universidad del País Vasco) y *Revista Latina de Comunicación Social* (1998, Universidad de La Laguna). Fuera del paraguas de alguna institución universitario encontramos *Telos* (1985) y *Comunicar* (1994). A ellas se han ido sumando nuevas publicaciones en correspondencia a la multiplicación de estudios de comunicación por todo el Estado. Así, en la actualidad los listados de LATINDEX, DICE e In-RECS incluyen más de una treintena de publicaciones, a las que habría que sumar las que se encuentran un estadio inicial de consolidación y no están aún indexadas.

Una vez consolidadas las revistas científicas como canal de difusión principal de la investigación en comunicación, la consecuencia deseable era que ellas mismas se convirtieran en objeto de estudio. Como han señalado Martínez Nicolás y Saperas, “el interés por conocer el estado de la investigación en cualquier campo de los saberes científicos debe ser tenido por un indicador de la madurez del mismo” (Martínez y Saperas, 2011). Tras los trabajos pioneros de Daniel Jones (1994, 1997 y 1998) y Miquel de Moragas (1981, 1988, 1989 y 1990), en la última década hemos asistido a una buena producción de textos cuyo objeto de estudio se centra en la evaluación de la investigación en comunicación, bien de manera general (García Jiménez, 2007; Martínez Nicolás, 2001 y 2008) o sobre tópicos concretos (Almirón y Reig, 2007; Díaz Noci, 2006; Humanes, 2007; López Berna, Papí y Martín Llaguno, 2011; Martínez Nicolás, 2006, 2007; Xifra y Castillo, 2006). Las revistas científicas son consideradas como uno más de los canales de difusión científica. Con el artículo de Giménez y Toledo (2006) se inicia una producción, continuada y creciente, centrada en las revistas científicas como objeto de análisis (Castillo Esparcia, 2011; Martínez Nicolás y Saperas, 2011 y Vicente, 2011).

El presente volumen de Cuadernos Artesanos de Latina reúne siete trabajos que ahondan en esta preocupación por la evaluación de la producción científica de las revistas especializadas desde diferentes perspectivas y sobre diversos objetos de estudio. Se une a los ya editados por la Sociedad Latina de Comunicación Social sobre cuestiones semejantes: *Bases de datos y citación. Reflexiones compartidas en el I Encuentro de Revistas Científicas*; *Los editores de revistas académicas de comunicación. Reflexiones compartidas en el I Encuentro de Revistas Científicas*; *Acceso y visibilidad de las revistas científicas españolas de Comunicación*; *La docencia y la investigación universitarias en torno a la Comunicación como objeto de estudio en Europa y América Latina*.

Cada uno de los artículos ejemplifica algunos de los tópicos de análisis a los que someter tanto a las revistas como a la producción científica publicada. María del Carmen Fonseca-Mora aborda la presentación de artículos ajustados a la normas de calidad que rigen la elaboración del artículo científico. José Antonio Meyer Rodríguez y María Belén Fernández Fuentes nos ofrecen una revisión del estado actual de las revistas de investigación en comunicación en México.

Maricela López-Ornelas aplica en su estudio la cibermetría a las revistas electrónicas. Yelina Piedra Salomón presenta un mapa de la actividad científica a través de los mapas resultantes del análisis de cocitación. Se incluyen el artículo del investigador chileno Raymond Colle sobre los temas de investigación publicados en *Revista Latina de Comunicación Social* durante sus primeros diez años, y el informe de Enric Saperas sobre la estructura de contenidos de la citada revista. Cierra el Cuaderno el trabajo ya citado de Martínez y Saperas en el que se investiga la autoría, los temas y los aspectos teórico-metodológicos de las revistas *Anàlisi, Comunicació y Societat*, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* y *Zer* entre 1998 y 2007.

Para concluir la presentación de este volumen nos parece conveniente señalar la pertinencia y necesidad de nuevas aportaciones que nos permitan la discusión y mejora de nuestro campo científico. Las Ciencias de la Comunicación se unirán así a otras disciplinas afines, en las que este tipo de trabajos es habitual. La acumulación de investigaciones como las que se encuentran en este Cuaderno Artesano, junto a los esfuerzos que tanto de los editores (especialmente los reunidos en el Grupo Bilbao y la Plataforma de Revistas Emergente) como de las asociaciones científicas (concretamente AE-IC y Sociedad Latina de Comunicación ya han incluido en sus congresos espacios dedicados a las revistas científicas) sin duda marcan el camino correcto para la consolidación la investigación en comunicación.

Referencias

- Almirón, N. y Reig, R. (2007): "The communications research in Spain: the Political Economy epistemological approach". *American Communication Journal*, 9 (2). Disponible en <http://acjournal.org/holdings/vol9/summer/articles/spain.html>
- Castillo Esparcia, A. (2011): "El rol de las publicaciones científicas en Comunicación en el EEES: indexación e impacto". *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, v.1, 1.
- Díaz Noci, J. (2006): "New tendencies of research in journalism. The Spanish case". *Brazilian Journalism Research*, 2 (1), p. 13-38.

- García Jiménez, L. (2007): *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: Tecnos.
- Giménez Toledo, E. y Alcain, M. D. (2006): "Estudio de las revistas españolas de Periodismo". *Comunicación y sociedad*, 19 (2), p. 107-131.
- Humanes, M. L. (2007): "La investigación sobre la profesión periodística en España". *Sphera Pública*, número extraordinario: *La investigación de la comunicación en Iberoamérica: historia, estado actual y nuevos retos*, p. 173-193.
- López-Berna, S., Papí-Gálvez, N. y Martín-Llaguno, M. (2011): "Productividad científica en España sobre las profesiones de comunicación entre 1971 y 2009". *Revista Española de Documentación Científica*, V. 34, 2.
- Martínez Nicolás, M. y Saperas Lapiedra, E. (2011): "La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 101 a 129 recuperado el 23 de enero de 2012, de http://www.revistalatinacs.org/11/art/926_Vicalvaro/05_Nicolas.html DOI: 10.4185/RLCS-66-2011-926-101-129
- Moragas, M. (2011). *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gedisa.
- Jones, D. E. (1994): "Investigació sobre comunicació a l'Espanya dels noranta". En Varios Autores. *Cultura y comunicación social: América Latina y Europa ibérica*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació (CEDIC), p. 87-98.
- (1997): "Investigació sobre comunicació social a l'Espanya de les autonomies". *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, 21, p. 101-120.
- (1998): "Investigación sobre comunicación en España. Evolución y perspectivas". *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 5, p.13-51.
- Martínez Nicolás, M. (2001): "Tendencias actuales da investigación sobre comunicación social en España". *Estudios de*

- comunicación, 0, p. 153-168. Disponible en http://consellodacultura.org/mediateca/pubs.pdf/estudios_com.pdf
- (2006): “Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento”. *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, 33, p. 135-170. Disponible en <http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n33p135.pdf>
 - (2007): “Agitación en el campo. Nueve ideas para la investigación sobre Comunicación Política en España”. *Política y Sociedad*, 44 (2), p. 209-227. Disponible en <http://revistas.ucm.es/cps/11308001/articulos/POSO0707230209A.PDF>
 - (2008): “La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales”. En Martínez Nicolás, M. (coord.). *Para investigar la comunicación. Propuestas teórico-metodológicas*. Madrid: Tecnos, p. 13-52 (reproducido en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, p. 1-14, 2009. Disponible en http://www.revistalatinacs.org/09/art/01_800_01_investigacion/Manuel_Martinez_Nicolas.html
- Vicente, M. (2011). “La meta-investigación comunicativa en España: análisis bibliométricos y metodológicos aplicados a los estudios sobre comunicación”. Disponible en <http://www.ucm.es/info/mdcs/Comunicaciones%20Panel%200B.pdf>
- Xifra, J. y Castillo, A. (2006): “Forty years of doctoral public relations research in Spain: A quantitative study of dissertation contribution to theory development”. *Public Relations Review*, 32, p. 302-308.



Claves de difusión de artículos científicos

M.C. Fonseca-Mora, Universidad de Huelva

1. La difusión de los resultados de investigación

EL quehacer investigativo debe tener una clara vinculación con el dar respuestas a incógnitas aún no resueltas, a describir realidades desconocidas, a crear innovaciones que transformen y produzcan mejoras intelectuales, sociales o de funcionamiento en cualquier protocolo de actuación relacionado con el mundo laboral. Esta razón de ser de la investigación hace que sea especialmente relevante el que los resultados de las mismas no circulen únicamente en el mundo académico científico (lo que ya es un reto de enormes dimensiones) sino que llegue también al tejido de las organizaciones y empresas que pueden beneficiarse de nuestros resultados.

Estos desafíos suponen una tarea ardua para los investigadores que no han recibido formación explícita adecuada en este sentido, muy especialmente para aquellas personas que no han podido integrarse desde el comienzo de su labor investigadora en grupos consolidados que ya conocen bien esta dinámica. El objetivo central de esta aportación es el de reflexionar sobre la posibilidad de proporcionar un protocolo de actuación para que los resultados de investigación obtengan el mayor impacto posible tanto a nivel nacional e internacional, así como en la comunidad científica y en la sociedad ya que la docencia, la investigación y la transferencia son funciones del profesorado universitario. Para ello, partiremos de modelos ya existentes, como el del área de Ciencias de la Salud, en concreto, el de la Becker Library de la Escuela de Medicina de la Washington University in St. Louis. Revisaremos algunas características del artículo científico que pueden proporcionar facilidad de seguimiento de su impacto. Y, finalmente, analizaremos los beneficios que puede aportarnos como investigadores el saber seleccionar una revista

apropiada que nos permita alcanzar un objetivo doble: el reconocimiento en los sistemas de acreditación del profesorado universitario y la máxima difusión de nuestros resultados de investigación.

2. Visibilidad y accesibilidad de los resultados de investigación: comenzando a crear impacto

A pesar de la importancia que se le concede al artículo científico como elementos clave de la difusión de los resultados de investigación existen otros formatos de publicación que pueden ayudar a visibilizar la temática sobre la que se está trabajando y constituyen pasos preliminares que añaden valor a los datos en sí. Al referiros a resultados de investigación consideramos tanto a todos los datos de investigación generados a partir de un estudio (research data) como a las publicaciones que difunden los resultados, que son mayoritariamente los artículos científicos si bien existen también otros formatos a los que aludiremos.

Varios son los modelos existentes que recomiendan una serie de pasos que de alguna forma aseguran el éxito del impacto de la investigación. El Modelo de Evaluación de la Investigación de Impacto que proponen Sarli, Dubinsky y Holmes (2010) de la Becker Medical Library de la Washington University in St. Louis, es de especial interés por la claridad de pautas extrapolables a cualquier área del saber. La tabla 1 recoge los indicadores y las evidencias de los resultados de investigación que permiten afirmar la existencia o no de impactos. A su vez, constituyen también una serie de pasos que pueden seguir los grupos de investigación para ir generando información, interés sobre sus estudios. Se trata de pautas simultáneas o no que pueden preparar para que la publicación científica como resultados de la investigación deje esa huella nacional e internacional que es imprescindible.

Los medios tecnológicos se han establecido como una herramienta muy especial en esta sociedad de la información y la comunicación. Casi se puede afirmar que aquellas entidades, grupos que no existen en la red, no son consideradas en la vida real. Comienza esta tabla con la existencia de una página web del grupo

que anuncia los proyectos sobre los que se está trabajando, así como sus objetivos y los miembros que trabajan en ellos. Pueden incluirse en esta página lo que se denominan los materiales biológicos del proyecto, es decir, todos los datos en cualquiera de sus formatos producidos a lo largo del proceso investigador. Esto aporta transparencia a la investigación. Puede ser de acceso público o restringido, dependiendo del fin que el grupo de investigación decida que pueda tener. Las redes sociales y las webs institucionales (Alonso Berrocal, 2002) son otra forma más de dar a conocer sobre lo que se trabaja. Precisamente, por la enorme difusión que proporciona internet es de capital importancia la protección de los datos de investigación, por ello, Sarli, Dubinsky y Holmes (2010) recomiendan que se registre la propiedad intelectual como otro de los indicadores de los resultados de investigación.

La difusión en los congresos permite la participación de los distintos miembros del grupo de investigación en comunicaciones, posters con datos de la investigación o en mesas redondas. Son espacios donde se pueden recoger las aportaciones de otros investigadores y se puede observar el interés que se genera dependiendo de la forma de presentación de los resultados que se haya escogido. Son especialmente recomendables aquellos congresos en la que los organizadores publican también las presentaciones de los comunicantes y no sólo los resúmenes de las distintas ponencias. Otro indicador es la difusión en los medios de comunicación. A menudo se recrimina a la universidad que sus resultados quedan sólo en sus comunidades científicas y no impacta realmente en la sociedad y en el tejido empresarial. Portales especializados como *Universia* o el de la *BBC*, por citar algunos, difunden también noticias en este sentido.

El indicador “Visita de expertos” hace referencia al contacto directo que pueden provocar los investigadores para difundir sus resultados. Se crean así situaciones de enlaces de posibles sinergias con otros grupos que pueden llevar a trabajos conjuntos futuros derivados del actual y suponen una llamada a la comunidad científica experta en el área determinada.

El indicador “Patentes” no es aplicable a todos los resultados de investigación ya que dependen del área de saber en concreto en el que

se está trabajando. Son un seguro del derecho de exclusividad comercial de fabricación, uso, distribución y venta de un producto determinado resultante de la aplicación práctica de la investigación.

INDICADORES DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN	EVIDENCIA DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN
Página web del Grupo de Investigación	Existencia de esa página y actualización de la misma.
Materiales biológicos	Datos generados por el estudio (de acceso público o restringido). Existencia de bases de datos /corpus/ algoritmos/ aplicaciones informáticas.
Contrato/convenio de propiedad intelectual	Registro de propiedad intelectual generada por el estudio de investigación.
Difusión en congresos	Comunicaciones y posters con datos de la investigación. Participación en mesas redondas.
Comunicados en los Medios	Noticias generadas por el estudio, noticias institucionales.
Visita de expertos	Visitas recibidas de otros investigadores.
Patentes	Patente generada como resultado del estudio
Publicaciones	Publicaciones: artículos, libros, capítulos, Web 2.0 (páginas web, repositorios, portales especializados, prepublicaciones electrónicas...). Materiales de investigación (instrumentos de investigación y resultados positivos o negativos del estudio) y materiales docentes.

Tabla 1. Resultados de investigación: indicadores y evidencias (Adaptado de Becker Medical Library Model for Assessment of Research Impact, Washington University in St. Louis, 2010)

El último indicador que recoge la aportación de Sarli, Dubinsky y Holmes (2010) es el de las publicaciones en formato impreso o digital. Analizan la posibilidad de enviar los resultados de investigación, la descripción de instrumentos de recogida de datos, los resultados tanto positivos como negativos del estudio así como materiales docentes en los que se incluyen imágenes e actividades diversas a repositorios temáticos o institucionales o a portales especializados y la de añadirlos en formatos de wikis, blogs o podcasts. Las editoriales especializadas y las revistas científicas son indicadores de excelencia y de conclusión del proceso investigador. Los artículos científicos, en concreto, aseguran una difusión avalada por los criterios de calidad de las propias revistas que merecen una atención especial ya que una buena elección de la revista en la que se desea publicar puede garantizar a los investigadores el impacto científico nacional e internacional que merecen sus trabajos.

3. Selección de la revista científica apropiada

Las revistas científicas han sido descritas como los medios de comunicación e institucionalización social de la ciencia (Delgado, Ruiz-Pérez, Jiménez-Contreras, 2006: 10).

Sus criterios de calidad han sido bien definidos por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología. En el área de Humanidades y Ciencias Sociales destacan en España las plataformas de evaluación de revistas como In-RECS que se ocupa del índice de impacto de las Revistas Españolas de Ciencias Sociales a partir del estudio estadístico de sus citas; DICE que presenta como objetivo el facilitar el conocimiento y la consulta de algunas de las características editoriales de las revistas españolas, y MIAR que es una base de datos que elabora listados selectivos de revistas científicas de esta área a nivel nacional e internacional. Todas ellas se actualizan periódicamente y son instrumentos de referencia de las diferentes agencias de evaluación. Constituyen una excelente herramienta para que los investigadores puedan conocer las revistas existentes en su área a nivel nacional e internacional, los criterios de calidad que cada uno de ellas siguen y que darán fiabilidad y validez a las producciones científicas que admiten y el índice de impacto de sus publicaciones.

La selección de la revista adecuada depende también de la temática en la que ésta se especializa y de la audiencia a la que se dirige. Así, por ejemplo, *Comunicar* y *Revista Latina de Comunicación Social*, ambas dentro del listado de revistas fuentes de Comunicación y bien posicionadas, son revistas que difieren en sus temáticas y audiencias. Se trata de revistas que publican en abierto lo que conviene especialmente a los investigadores ya que eso las hace más disponibles para cualquier persona que desea tener acceso desde cualquier punto del mundo. Además su alto nivel de indexación y difusión en bases de datos internacionales selectivas, plataformas de evaluación de revistas, directorios selectivos, hemerotecas selectivas, portales especializados, buscadores de literatura científica Open Access, catálogos de bibliotecas nacionales e internacionales así como en distintos repositorios¹ aseguran el impacto de las producciones científicas que avalen.

Otros criterios que pueden seguir los autores de artículos científicos para seleccionar una revista académica determinada pueden ser los siguientes:

- los derechos de autor ya que algunas revistas permiten el que se puedan seguir utilizando ciertos datos en publicaciones posteriores.
- la edad de la revista: las revistas consolidadas suelen ser de más difícil acceso para los nuevos investigadores por lo que se aconseja o bien publicar junto a investigadores expertos o ir creando un currículum propio comenzando a publicar en revistas más jóvenes.
- los idiomas de publicación: las revistas que se publican en más de un idioma son de especial interés para la comunidad científica internacional. Supone un esfuerzo extra tanto para los autores como para los editores pero que recompensa por el impacto que crea.
- el tiempo del proceso de aceptación y publicación del manuscrito enviado es de alto interés. Los tiempos de las

¹ Ver Fonseca-Mora, M.C. *Revista Latina de Comunicación Social*
http://www.revistalatinacs.org/directorios_intensivo.html y

Fonseca-Mora, M.C. *Comunicar*

<http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=indexaciones>

revistas de calidad que han de enviar los manuscritos recibidos a sus revisores externos ya que hacen la revisión ciega por pares suelen oscilar entre tres meses y dos años, lo que puede convertir unos datos en obsoletos.

- la facilidad de citación, los recursos para autores, las normas de publicación y la pre-publicación del manuscrito aceptado son ayudas para los autores que merecen ser también tenidas en cuenta.

4. El artículo científico: breves consejos de escritura

El objetivo de este apartado es el de aportar algunos consejos que permitan aligerar el proceso de publicación de los artículos y posteriormente el seguimiento de la citación de los mismos. No se tratará de la escritura del artículo en sí, para lo que recomendamos la lectura de Vargas (2004)².

El tiempo de publicación de los resultados de investigación se reduce si al equipo editorial de la revista seleccionada le llegan propuestas coherentes que incluyan aportaciones con la famosa estructura: introducción o revisión de la literatura, metodología de la investigación, resultados, discusión o conclusiones y referencias citadas.

Los editores estiman o desestiman el enviar a sus revisores los manuscritos para su análisis e informe fundamentalmente a partir del título y del resumen científico. El título y el resumen científico es también lo que aparece en las distintas bases de datos y es a tenor de estos elementos que otros investigadores se decidan por su consulta. El *abstract* es una tarjeta de presentación que ha de captar el interés de la audiencia y dar una información efectiva en alrededor de 200 a 300 palabras, lo que varía según las normas de publicación de cada revista. Es recomendable que incluya palabras claves de la investigación.

Ha de mostrar la parte más interesante de la investigación para provocar la lectura del artículo completo. Su estructura es casi la misma que la del artículo científico: la introducción mostrando la relevancia de la temática y la carencia de datos sobre la misma, la

² Ver el artículo “Acerca de la escritura de artículos científicos” (Vargas, 2004)

metodología de la investigación destacando sólo los elementos de mayor interés, los resultados más significativos y unas conclusiones que indiquen la posible aplicación del estudio (Weissberg y Buker 1990). El título ha de ser concreto, atractivo, claro, que permita a los lectores captar el contenido del artículo y a la vez, ha de dirigirse a la audiencia para la que se escribe atendiendo al propósito de la investigación. Existe una preferencia por títulos cortos de no más de 10-14 palabras y pueden contener algún juego de palabras que llamen la atención de los lectores.

Varios investigadores de herramientas bibliométricas (Delgado, Ruiz-Pérez, Jiménez-Contreras 2006; Sarli, Dubinsky y Holmes, 2010) recomiendan muy especialmente la consistencia en el nombre y apellidos de los autores así como en su filiación. Debido a factores interculturales, la interpretación de nombres y apellidos difiere según la cultura. En el caso de los españoles, se recomienda unir los apellidos con un guión, ya que en la cultura anglosajona, por ejemplo, en la que sólo conocen la existencia de un apellido, suelen interpretar el primer apellido como nombre compuesto inicial. Por ejemplo, Pedro Fernández Mora sería citado como P.F. Mora, lo que dificulta posteriormente el seguimiento de las citas recibidas.

5. Conclusiones

La reflexión sobre cómo promover el impacto de los resultados de una investigación muestra que existen unas claves de difusión de artículos científicos que comienzan antes de la publicación del mismo como se ha ido describiendo a lo largo de esta aportación. Las revistas científicas son el eslabón final del proceso de investigación porque desempeñan un papel esencial en la difusión del conocimiento y son los medios de comunicación e institucionalización social de la ciencia. La elección de una revista con indicadores de calidad y buena indexación constituye para los investigadores un doble beneficio: por un lado, propicia el impacto de sus estudios tanto en la comunidad científica como en la sociedad, y por otro, ayudan en la difícil carrera docente e investigadora de los docentes universitarios. Sin embargo, la inclusión de las referencias de los artículos publicados en páginas webs institucionales, en repositorios temáticos o institucionales, en portales especializados, en wikis, los blogs, por citar algunos, son

formatos digitales que acercan nuestros resultados de investigación a los lectores y multiplican la capacidad de difusión de las revistas científicas fomentando el impacto buscado.

Referencias

- Alonso Berrocal, J. L. *Cibernetría: Análisis de los dominios Web españoles*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2002.
- Delgado, E.; Ruiz-Pérez, R. y Jiménez-Contreras, E. *La edición de revistas científicas: directrices, criterios y modelos de evaluación*. Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología, 2006.
- Fonseca-Mora, M.C. “Indexaciones”. *Comunicar* 35. Huelva: Grupo Comunicar, recuperado el 27 de noviembre de 2010, de <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=indexaciones>
- Fonseca-Mora, M.C. “Revista Indexada-Indexing”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 27 de noviembre de 2010, de <http://www.revistalatinacs.org/directorios.html>
- Sarli, C. C.; Dubinsky, E. K.; Holmes, K. L.; Beyond citation analysis: a model for assessment of research impact. *Journal of the Medical Library Association*. 2010, 98(1): 17–23.
- Vargas, W.L, Acerca de la escritura de artículos científicos. *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 2004, 14: 50-61
- Weissberg, R., & Buker, S. *Writing up Research*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall Regents, 1990.

Revistas académicas de Comunicación en México: evaluación inicial de su contribución disciplinaria

José Antonio Meyer Rodríguez, Universidad Popular Autónoma
del Estado de Puebla, México - joseantonio.meyer@upaep.mx

María Belén Fernández Fuentes, Universidad Popular Autónoma
del Estado de Puebla, México - bfernand@pdi.ucm.es

1. Introducción

EN México la producción de revistas académicas sobre Comunicación data de los años setentas y, como ha sucedido en otros países de América Latina, es más el resultado de esfuerzos individuales de grupos de investigación que de una estrategia integral de proyección y sustentabilidad de las instituciones universitarias. A todas ellas les ha unido un interés genuino por abrir espacios de divulgación para las investigaciones, así como el deseo de incorporar cada vez más las aportaciones de la disciplina al escenario científico y tecnológico del país.

Desde los años noventa se agregaron a esos esfuerzos nuevos espacios para la divulgación, con la creación del Anuario CONEICC (Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación) y el libro colectivo de la AMIC (Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación), los cuales se constituyeron en una oportunidad para que cada año los interesados puedan publicar artículos a partir de líneas temáticas definidas. En fechas más recientes, los lineamientos institucionales del sector educativo nacional en materia de acreditación (SEP / CIESS y COPAES) y las políticas del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) han fortalecido la posibilidad de incrementar la producción de conocimientos y su divulgación

mediante publicaciones arbitradas desde las instituciones universitarias. De esta manera, teniendo como parámetro los repositorios de indexación (Latindex y Redalyc) y los criterios de dictaminación de las publicaciones académicas, se ha establecido un parámetro de mayor fundamento para la gestión y proyección futura de estas actividades.

En tal forma, durante poco más de tres décadas han surgido y desaparecido en el país publicaciones impresas y electrónicas que han permitido conocer el trabajo de algunas de las comunidades académicas de Comunicación más activas y organizadas (Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey). La mayoría cuentan con una periodicidad más o menos regular y tienen características, contenido y nivel de especialización distintos. Sin embargo, se reconoce el esfuerzo realizado porque complementan con su conocimiento actualizado los contenidos de los *journals* editados en Estados Unidos y Europa. Y aunque son pocas las revistas que realmente destacan a nivel nacional e internacional, la calidad de sus artículos, la experiencia de los autores, el tratamiento y profundidad de los temas, la dictaminación de pares y el cuidado de la edición son altamente significativos. Del mismo modo, si bien existe una relación directa entre el desarrollo de las comunidades de investigación y la gestión de revistas académicas importantes, las nuevas condiciones de la educación superior en México plantean ámbitos más favorecedoras para el surgimiento de nuevas propuestas editoriales.

Desde los años setentas en la Universidad Nacional Autónoma de México las revistas *Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* y *de Estudios Políticos* han dedicado espacios y números especiales para divulgar los estudios sobre Comunicación de profesores e investigadores de la institución. Se distinguen mucho por su selectividad y orientación, lo que las hace de difícil acceso para el amplio sector académico de Comunicación en el país. Por su parte, la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, ha aportado dos experiencias altamente reconocidas en el tiempo. La primera fue la revista *Comunicación y Cultura*, fundada en en 1972 por Mattelart y Schmucler (Santiago) y continuada en 1973 (Buenos Aires). La publicación buscó asentarse en México en 1978, pero desapareció luego de tres ediciones. La segunda surgió en 1980 con los *Cuadernos del TICOM* (Taller de Investigación en Comunicación),

cuya iniciativa y dirección se debieron a Javier Esteinou. En ellos se publicaron apuntes y ensayos de interés académico y social, los cuales mantuvieron su continuidad hasta 1986.

En los años ochenta surgió la revista *Comunicación y Sociedad* (1987), editada por el Departamento de Estudios en Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara bajo la coordinación de Enrique Sánchez Ruiz. Está considerada como la mejor publicación académica de Comunicación en el país, con estudios de distinta orientación y la participación constante de los investigadores del Centro de Estudios en Ciencias y Humanidades de esa institución, profesores visitantes, estudiantes de posgrado e invitados. Con un enfoque centrado en los estudios culturales se creó la revista *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* (1986) en la Universidad de Colima, con el impulso inicial de Jorge González y Jesús Galindo. Esta se ha mantenido hasta la fecha a pesar de las condiciones económicas y el cambio en sus políticas editoriales. En 1996 surgió *Razón y Palabra*, la primera revista electrónica en América Latina especializada en tópicos de Comunicación. Ella es auspiciada por el Programa de Investigación en Internet y Cibercultura, encabezado Fernando Gutiérrez y Octavio Islas en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Estado de México. Es la revista mexicana más conocida, dada la pluralidad temática y gran difusión alcanzada en diferentes grupos de investigación.

Poco después se creó *Tópicos de la Comunicación* (2000) en la Universidad de Sonora, cuyo responsable inicial fue Gustavo León. En 2001 surgió la Revista Iberoamericana de Comunicación, bajo el auspicio de la Universidad Iberoamericana, ciudad de México, como apoyo al Programa de Maestría en Comunicación. En 2002 surgió la revista *Hipermedios* que posteriormente adoptará el nombre de *Global Media Journal* en español, por la iniciativa de José Carlos Lozano y el grupo del Centro de Información y Comunicación del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Monterrey. Tiempo después surgieron *Convergencia* y *Espacio Público*, dos revistas promovidas desde la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México. Más recientemente surgieron *Ámbitos* en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México y *Sintaxis* como resultado de los proyectos de investigación del Centro de Investigación para la

Comunicación Aplicada de la Universidad Anáhuac. Esta última bajo la dirección de María Antonieta Rebeill.

En otros ámbitos, en los años setenta se publicaron los *Cuadernos de Comunicación*, una revista de la Fundación Eulalio Ferrer dirigida por Álvaro González Mariscal. Posteriormente surgieron las revistas *Tecnología y Comunicación Educativas* (1985), en el seno del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, así como la *Revista Mexicana de Comunicación* (Fundación Manuel Buendía, 1988), bajo la dirección de Miguel Ángel Sánchez de Armas. Desde 1998 es dirigida por Omar Raúl Martínez. Esta última organización también publicó dos publicaciones ya desaparecidas, la *Revista Iberoamericana de Derecho de la Información* (Universidad Iberoamericana y Fundación Manuel Buendía), que coordinaron Ernesto Villanueva y Miguel Ángel Sánchez de Armas, y el *Mexican Journal of Communication*, que pretendía convertirse en una revista en inglés producida con investigaciones de académicos mexicanos. En 1998 surgió *Sala de Prensa*, un sitio web para profesionales de la Comunicación que es dirigida por Gerardo Albarrán. En el año 2000 se inició la edición de la revista *Zócalo* y en el 2001 la revista *Etcétera*.

Para Jones (2002: 9), una característica esencial de las revistas académicas mexicanas durante sus primeras épocas fue que se centraban en fenómenos nacionales, dejando casi siempre de lado los de carácter continental. Dentro de esta perspectiva localista, dice el autor, “se [abordaban] tardíamente temas que política, económica o culturalmente son de interés estructural. Lo más significativo es que se [publicaban] escasos artículos de índole teórica o metodológica. Los temas más comunes [solían] ser los que abordan cuestiones de tipo ideológico o aspectos parciales de la estructura mediática, así como la dependencia cultural, la cultura popular y, más recientemente, las nuevas tecnologías aplicadas a la Comunicación”.

No obstante, en los tiempos más recientes se destaca el interés por los números monotemáticos donde, a partir de diferentes corrientes teóricas y metodológicas, se analizan los fenómenos comunicacionales en el país. En ellas ya es patente la colaboración combinada de investigadores consolidados, con estudiosos de distintas universidades del país, jóvenes investigadores y autores de otros países. Muchas han sufrido las carencias y dificultades

económicas e institucionales de los últimos años, por lo que han debido transformar su periodicidad, formatos y soportes tecnológicos para no desaparecer. Pero a pesar de las diferencias, todas en conjunto han contribuido a ampliar la colaboración entre los diferentes grupos académicos del país y avanzar hacia la comprensión de los fenómenos comunicativos a nivel social, político, económico y cultural.

En muchas publicaciones es común encontrar la mezcla de los ensayos y reflexiones teóricas, propias de la tradición latinoamericana, con los trabajos fenomenológicos y empíricos más vinculados a las escuelas anglosajonas o europeas. Ello ha incidido en la legitimidad académica y social de la mayoría de las revistas, las cuales se han incorporado paulatinamente a las indexaciones internacionales y bases de datos más importantes. En este periodo no es todavía fácil definir las aportaciones más significativas de cada una, pero si es posible identificar algunas tendencias construidas en el tiempo, como el interés por la cultura popular, las industrias culturales, las nuevas tecnologías de información y comunicación y la enseñanza de la comunicación, entre otras.

Durante los años setenta y ochenta hubo una preocupación constante por las políticas nacionales de comunicación y el nuevo orden mundial de la información y la comunicación, sobre todo a partir del Informe Mac Bride y los debates al interior de la Unesco. En los últimos años, sin embargo, las reflexiones se han centrado más en los análisis de los fenómenos de comunicación en las organizaciones, aquellos vinculados con las políticas de desarrollo y la implantación de nuevas tecnologías digitales. También se percibe un claro interés por la perspectiva política, es decir, el papel de los medios de comunicación en la transición democrática y los procesos electorales. Las teorías culturalistas (Jesús Martín-Barbero y Néstor García-Canclini) han tenido una gran influencia entre los autores mexicanos, lo mismo que lo concerniente al análisis del discurso (Van Dijk). A diferencia del pasado, se observa un creciente número de estudios de carácter empírico sustentados en enfoques cuantitativos.

Ante esta diversidad, se plantea la necesidad de conocer más a detalle la evolución temática de las revistas mexicanas en los últimos 8 años, así como su contribución concreta al desarrollo de la disciplina. Para

ello, se ha realizado una selección de revistas arbitradas basadas en las investigaciones realizadas por autores pioneros (Fuentes, 1995, Ramírez, 2003, Broeck, 1994, y Jones, 2002). Todos ellos han estudiado la evolución de la disciplina mediante el análisis de las revistas arbitradas latinoamericanas y aportado elementos metodológicos para el abordaje integral de las publicaciones que sirven de sustento a esta investigación.

2. Metodología de la investigación

Para fines del presente estudio, se ha realizado una selección de las revistas más importantes en el panorama mexicano a partir de las consideraciones realizados por autores anteriores. Los resultados obtenidos del análisis bibliométrico y temático inicial presentan datos del 2004 hasta el 2011 (Borgman, 1989), incluyendo el último número disponible en Internet. La elección se ha realizado con base en la relevancia de las instituciones que las respaldan, la relevancia de sus consejos editoriales y el impacto en la literatura científica. De esta manera, en este primer momento se han analizado los siguientes títulos:

Revista	Institución
<i>Andamios</i>	Universidad Autónoma de la Ciudad de México
<i>Comunicación y Sociedad</i>	Universidad de Guadalajara
<i>Convergencia</i>	Universidad Autónoma Metropolitana
<i>Espacios Públicos</i>	Univer. Autónoma del Estado de México
<i>Estudios sobre Culturas Contemporáneas</i>	Universidad de Colima
<i>Global Media Journal en español</i>	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Monterrey
<i>Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales</i>	Universidad Nacional Autónoma de México

Estas son solamente las primeras revistas analizadas, pero quedan aún muchas que se revisarán en el futuro para cubrir el creciente espectro de publicaciones académicas sobre Comunicación en México. De

estas se ha analizado el número de artículos por revista (media de artículos en los años seleccionados), las temáticas reconocidas y su evolución a lo largo del periodo.

3. Resultados de la investigación

El promedio de artículos de cada una de las revistas durante los últimos 8 es más o menos constante, con variaciones que van del 13 al 22 % como se refleja en la siguiente gráfica:



En esta etapa inicial, se han preferido señalar temas generales y otros más específicos, lo que facilita la revisión y proporciona una idea más precisa sobre las áreas de estudio que más han interesado a los autores en los últimos 10 años. Del análisis realizado se han identificado 9 áreas temáticas que suman en total 377 artículos:

Temas de investigación	Subtemas	Subtemas	Subtemas
Comunicación aplicada, 98 artículos	Comunicación política, 56	Comunicación para el desarrollo, 38	Comunicación organizacional, 4
Epistemología de la Comun., 51	Investigación de la Comun., 21	Teorías y metodologías de la comunic., 21	Formación profesional en Comunicación, 09
Estudios culturales, 63	Usos sociales de los medios, 38	Consumo cultural, 18	Multiculturalidad interculturalidad, 7
Análisis de mensajes, 48	Análisis de contenido, 25	Análisis de discurso, 13	Análisis semiótico, 10
Medios de comunicación 40 artículos	Grupos mediáticos y convergencia digital , 25	Reconfiguración de la estructura multimediática, 10	Legislación de los medios y derechos autor, 5
Estudios de recepción, 35	Mediaciones sociales, 13	Efectos de los medios, 12	Educación para los medios, 10
Nuevas tecnologías, 31	TIC's y grupos sociales, 11	Gestión de la información, 10	Redes sociales y nuevos medios, 10
Arte y cultura, 8	Literatura, 4	Lectura, 2	Música, 2
Deontología de Comunica., 3	Ética periodística, 2	Ética de los medios, 1	
Total	377 artículos		

Fuente: Análisis de 377 artículos en formato electrónico distribuidos en 7 revistas arbitradas de Comunicación entre 2004 y 2011.

4. Conclusiones y discusión

El análisis realizado a 377 artículos de 7 revistas arbitradas en Comunicación durante el periodo comprendido entre 2004 y 2011 ha demostrado que la investigación de la disciplina en México se orienta mayoritariamente hacia los temas de Comunicación aplicada, la epistemología de la Comunicación, los estudios culturales y de recepción, el análisis de mensajes y los estudios sobre nuevas tecnologías y medios de comunicación. En el primer caso, es patente que los investigadores buscan vincular mayormente sus análisis a la explicación de fenómenos concretos de la realidad social, política y

cultural. En ese sentido, la Comunicación Política parece haber encontrado un nuevo espacio de estudio, mientras que la Comunicación Organizacional empieza a generar nuevos campos de investigación. La epistemología de la Comunicación, por su parte, continúa siendo la gran preocupación de un amplio sector de la academia mexicana, donde las discusiones teóricas y metodológicas son constantes en una búsqueda por determinar el objeto de estudio esencial de la disciplina.

Los estudios culturales son una tendencia creciente en la investigación de la Comunicación en América Latina, mientras que los estudios de recepción parecen haber pasado a un ámbito secundario en el interés de los investigadores. Aunque no puede hablarse de una corriente consolidada en México, la proliferación de los estudios culturales parece ser una tendencia de investigación para los próximos años. Aunque el análisis de mensajes es un campo tradicional de la escuela mexicana de Comunicación, donde existen incluso ejemplos importantes de colaboración en red, este empieza a abandonarse para incorporar mayormente la metodología del análisis del discurso. Al igual que los estudios culturales, estos análisis parecen convertirse en una de las líneas de investigación que mayormente producirá resultados en el mediano plazo.

Finalmente, al ser los medios de comunicación el eje central de los estudios sobre Comunicación en México su enfoque no sólo se mantendrá sino que se irá transformado para abordar los nuevos análisis desde una perspectiva mayormente centrada en la convergencia tecnológica y la incorporación de los llamados “nuevos medios”. Al igual que los estudios culturales y el análisis del discurso, este campo del estudio de las nuevas tecnologías y la cultura mediática se plantea como una de las orientaciones mayoritarias en los estudios de futuro.

De acuerdo a lo anterior, la agenda de investigación de la academia mexicana busca revitalizarse constantemente lo que se manifiesta en los contenidos de las principales revistas arbitradas del país. Sin embargo, la falta de una autocrítica verdadera no permite aún la discusión profunda de las verdaderas directrices que permitirán su desarrollo futuro. La disyuntiva es vincular mayormente sus esfuerzos hacia aquellos temas de prioridad que demanda el

desarrollo social, cultural y político del país o buscar nuevos espacios de investigación que le permitan encontrar su verdadero sentido y dimensión en el campo de las ciencias sociales.

Referencias

- Borgman, C. L. (1989). "Bibliometrics and Scholarly Communication". *Communication Research*, 16 (5), 589-591
- Fuentes-Navarro, R. (2007). "Revistas de Comunicación en México2. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, XIII (25), 106-109.
- (1995). "Las publicaciones académicas y la institucionalización del estudio de la Comunicación en México2. *Comunicación y Sociedad* (22), 71-102.
- Hulle-Broeck, J. (1994). *Repertorio de revistas latinas de comunicación y cultura*. Lima: Unión Latina.
- Jones, D. E. (2005). "Huellas de la comunicación". *Revista Mexicana de Comunicación* (100).
<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/fmb/foromex/huellas.htm> [Consultado el 1 de mayo de 2011]
- (2002). "Revistas Iberoamericanas de comunicación". *Zer*.
<http://www.ehu.es/zer/zer12/djones12.html> [Consultado el 1 de mayo de 2011]
- (2000). "Revistas Iberoamericanas de comunicación". *Chasqui* (70). [Consultado el 1 de mayo de 2011]
- Ramírez y Ramírez, K. M. (2003). *Destellos de la comunicación: La diseminación del conocimiento a través de las publicaciones académicas*. Guadalajara: ITESO.

Indicadores cibernéticos. Una descripción de los procesos de comunicación en las revistas académicas electrónicas

Mtra. en Cs. **Maricela López-Ornelas** - Instituto de Investigación y Desarrollo Educativo - Universidad Autónoma de Baja - California (UABC) - Ensenada, B. C., México - ornelas@uabc.edu.mx

“Si las revistas son siempre una realidad en continuo cambio, las revistas en soporte electrónico lo son aún más”
(Latindex, 2009)

1. Introducción

LAS revistas académicas electrónicas han dejado de ser sólo canales de la comunicación científica; ahora, *además* de cumplir rigurosamente con el adjetivo que las hace científicas, enfrentan el reto de ser sus propios objetos de estudio, por lo que actualmente son responsables de establecer parámetros que les permitan estudiar el consumo de información que generan sus usuarios. En este sentido, las ciencias métricas han logrado proveer de criterios e indicadores que auxilian a las publicaciones electrónicas en estos nuevos procesos de introspección para la toma de decisiones a futuro (López-Ornelas, 2007).

El presente trabajo pretende describir las relaciones de consumo de la información generada en la Revista electrónica de Investigación Educativa (REDIE), en once años de pervivencia, por lo que hará uso de las ciencias métricas como parte de sus procesos metodológicos, poniendo un énfasis particular en el uso de indicadores cibernéticos para realizar dicho estudio.

1.1. La cibermetría, un valor añadido en las revistas académicas electrónicas

Los métodos cuantitativos han sido utilizados para analizar la literatura científica desde principios de siglo a través de la bibliometría, pero fue hasta la década de los ochenta que su enfoque se popularizó en el campo de las ciencias de la información (Araújo y Arencibia, 2002), y a mediados de los noventa cuando el término *cibermetría* se encaminó al análisis cuantitativo los contenidos y procesos de comunicación en el ciberespacio (Arroyo, Ortega, Pareja, Prieto y Aguilló, 2005).

La disciplina emergente conocida como “cibermetría”³ surge de las técnicas y modelos bibliométricos, por los que sus indicadores se utilizan de forma combinada para describir distintos aspectos de los procesos de la comunicación académica y científica (Arroyo *et al*, 2005). Cabe mencionar que si bien es cierto la cibermetría no es una disciplina específica para el análisis de las revistas académicas electrónicas, valora en general los contenidos generados en la Web, así como las relaciones que ahí se generan (RABiD, 2007).

Esto ha implicado un compromiso fundamental para la Revista Electrónica de Investigación Educativa (REDIE), principalmente por su interés en generar proyectos de investigación que le permitan registrar, analizar y describir sus procesos de comunicación científica, con el fin de fortalecer su calidad y establecer elementos eficaces para la toma de decisiones.

En este sentido, uno de los mayores compromisos en la REDIE conlleva establecer mecanismos puntuales que le permitan identificar si su objetivo de hacer visible la ciencia se está logrando, ya que sin visibilidad no hay difusión del conocimiento (Ochoa, 2004). Por ello, estudiar el consumo de la información que produce la revista ha transformado su función principal, ya que además de difundir la productividad científica de un área afín, también analiza procesos de introspección, lo que refleja un trabajo adicional a los procesos de

³ Es oportuno reconocer que el precursor de esta disciplina en España es Isidro Aguilló Caño, fundador en 1997 de la revista *Cibermetric* y director del Laboratorio Cibermetría.

arbitraje y edición (Cordero, López-Ornelas, Nishikawa y McAnally, 2010).

2. Características generales del objeto de estudio

La *Revista Electrónica de Investigación Educativa* (REDIE), <http://redie.uabc.mx> fue editada por primera vez el 1° de noviembre de 1999. Emanada de un proyecto elaborado por el Instituto de Investigación y Desarrollo Educativo de la Universidad Autónoma de Baja California, y si bien es cierto que es una publicación joven, cuenta con un arbitraje *doble ciego*, surge con la política de acceso abierto a texto completo y únicamente está disponible en línea con periodicidad semestral (dos números al año, el 1° mayo y el 1° noviembre). Una característica que la distingue a nivel nacional es que a la fecha es la primera publicación electrónica en ingresar al Índice de Revistas Mexicanas de Investigación Científica y Tecnológica del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), organismo gubernamental que define la política científica y tecnológica del país.

REDIE publica principalmente artículos arbitrados inéditos en el Hypertext Markup Language (HTML) y en formato de documentos portátiles (PDF, por sus siglas en inglés). Adicionalmente, se incluyen colaboraciones de menor rigor académico, como entrevistas, conferencias y reseñas de libros.

A la fecha, REDIE está indexada en las siguientes bases de datos:

- [Biblioteca digital de la Organización de Estados Iberoamericanos](#)
- [Índice de Revistas Mexicanas de Investigación Científica y Tecnológica del CONACYT](#)
- [SciELO - Scientific Electronic Library Online](#)
- Las bases de datos de Elsevier, como Scopus.
- Thomson Gale, en su base de datos [Informe Académico](#)
- Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE).

- [Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal \(LATINDEX\)](#), en su Índice de revistas electrónicas.
- [International Consortium for the Advancement of Academia Publication \(ICAAP\)](#).
- [Directory of Open Access Journals \(DOAJ\)](#).
- [Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal \(Red ALyC\)](#).
- [Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades \(CLASE\)](#).
- [Latin American Network Information Center \(LANIC\)](#).
- [Catálogo Comentado de Revistas Mexicanas sobre Educación \(CATMEX\)](#).

Aun con el reconocimiento que estos organismos le otorgan a cualquier publicación académica, el compromiso para la REDIE no ha terminado, pues observa que las ventajas que ofrece el medio electrónico están aún lejos de ser alcanzadas en su totalidad, ya que es necesario realizar estudios sobre su impactos, pues de la visibilidad de sus artículos depende que dichas investigaciones se difundan.

3. Metodología

El proceso metodológico que separa a la cibermetría con las ciencias métricas es muy delgado, por lo que este trabajo abordará una metodología cuantitativa-descriptiva general, pues delimitar la metodología sólo a la cibermetría desatendería la postura de autores como Araujo y Arencibia (2002); Pérez (2002) y Martínez (2006), quienes exponen que las disciplinas métricas establecen una ciencia general, lo que conlleva a la aplicación de modelos, indicadores, relaciones y demás mediciones compartidas, pues las diferencias se localizan en el objeto de estudio y en los objetivos perfilados.

En este sentido el estudio comprende cuatro puntos a investigar:

- a) *Cuándo* –provee el histórico anual y mensual de los visitantes;
- b) *Quién* –identifica el país del usuario;

- c) *Navegación* –registra los artículos de mayor consulta y establece el número de descargas en documentos PDF–, y
- d) *Enlaces* –señala el origen de la conexión, entendido como los buscadores utilizados para acceder a la revistas.

3.1. Muestra y procedimiento

La muestra abarca 23 números, que contemplan 17 artículos invitados, 152 artículos arbitrados, 34 reseñas de libros, 14 entrevistas y 21 conferencias, publicados en un período de 11 años.

El procedimiento consiste en registrar estadísticamente las visitas por parte de los usuarios mediante el programa gratuito Advanced Web Statistics (AWStats) (<http://awstats.sourceforge.net/>), que es una herramienta especializada en generar estadísticas gráficas avanzadas para sitios web.

Se espera que los resultados en este trabajo arrojen información relevante sobre las tendencias de sus lectores en cuatro puntos cruciales, ¿en qué momento es más consultada la publicación?, ¿cuál es el origen de los usuarios?, ¿qué artículos son más consultados y en qué formato?, y finalmente ¿a través de qué buscadores ingresan a la revista? Si bien es cierto que la cibermetría es una disciplina reciente, cabe señalar que este estudio –aún con las limitaciones de proveer información mínima– es pionero en el área de las Ciencias de la Educación en México, dadas las características del objeto de estudio, pues la REDIE es la primera revista académica electrónica en dicha área.

4. Resultados

Durante el período evaluado, la REDIE fue visitada por usuarios de 7,631 países⁴, lo que representa un registro anual de 693 países y mensual de 57 países. La siguiente tabla muestra los 10 principales países desde donde se consulta la revista (sin incluir México) los últimos años.

⁴ Este resultado no especifica cuántos países se repiten durante el periodo evaluado.

4.1. Nacionalidad de los visitantes

Tabla 1. Nacionalidad de los usuarios de la REDIE

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
01	Perú	Perú	Colombia	Argentina	Argentina	Argentina
02	Colombia	Argentina	España	España	Colombia	Colombia
03	Argentina	Colombia	Argentina	Colombia	Chile	Perú
04	Chile	Chile	Perú	Perú	España	Chile
05	España	España	Chile	Chile	Perú	España
06	Guatemala	Dominicana	Venezuela	Venezuela	Venezuela	Guatemala
07	Dominicana	Venezuela	Dominicana	Alemania	Dominicana	Venezuela
08	Venezuela	Brasil	Brasil	Guatemala	Uruguay	Dominicana
09	Uruguay	Uruguay	Guatemala	Dominicana	EEUU	Brasil
10	Brasil	EEUU	EEUU	Polonia	Alemania	EEUU Educativa

La tabla muestra que Argentina, Colombia, Chile, España y Perú han permanecido en los primeros cinco lugares en los últimos seis años analizados, mientras que países como Brasil, Estados Unidos, Polonia y Alemania se han quedado entre los últimos diez países.

Esto lleva a la REDIE a *reconsiderar sus estrategias de visibilidad*, ya que no puede jactarse de ser una publicación internacional si no está incidiendo en la ciencia global (Russell, 2010).

La figura 1 muestra el crecimiento de países que han visitado la REDIE, asimismo, señala la pérdida de información identificada en los meses de marzo a noviembre de 2004 y de noviembre a marzo de 2006 por fallas técnicas del servidor.

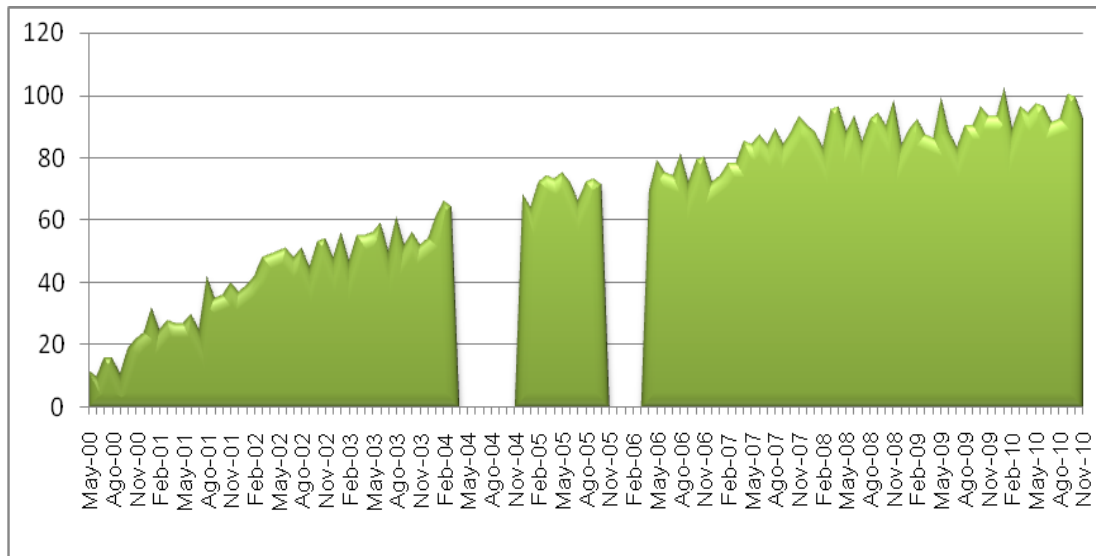


Figura 1. Número de países que han visitado la REDIE

4.2. Los artículos más recomendados

Originalmente se había planteado exponer en este trabajo, los artículos más recomendados durante el periodo evaluado, lamentablemente, dada la complejidad que implicaba llevar a cabo dicho análisis, se optó, por cuestiones de tiempo, presentar los artículos más recomendados de la última semana correspondiente al mes de noviembre. Lo relevante de este breve ejercicio, es que se puede observar en la figura dos, cómo en una semana los artículos *votados* (seleccionados), logran tener más de 500 recomendaciones. Aunque la realidad vuelve hacer un vacío en la falta de información que permita contrastar esta información con la posible citación de dichos artículos.

4.3. Descargas⁵ de los artículos en formato PDF

La siguiente figura muestra datos puntuales del total de archivos descargados en formato PDF en períodos mensuales desde su inicio hasta el mes de noviembre de 2010. A la fecha el total es de 3'407,037 artículos descargados en PDF, mientras que el promedio es de 309,730 y el mensual de 25,810:

⁵ El término *descargas* se refiere a que el usuario ha grabado el artículo en su computadora.

Posición	Recomendaciones	Título		
1	516	Martínez Silva, Gorgorió i Solá Concepciones sobre la enseñanza de la resta: un estudio en el ámbito de la formación permanente del profesorado <i>Revista electrónica de investigación educativa Vol. 6, Núm. 1</i>		
2	150	Stipcich , Moreira , Caballero Sahelices La construcción de nociones sobre temas complejos, en estudiantes de educación media: un análisis mediante la Teoría de los campos conceptuales <i>Revista electrónica de investigación educativa Vol. 9, Núm. 1</i>		
3	74	Cordero Arroyo, García Garduño El modelo curricular tyleriano y los reconceptualistas. Entrevista con Ralph W. Tyler (1902-1994) <i>Revista electrónica de investigación educativa Vol. 6, Núm. 2</i>		
4	50	Amestoy de Sánchez La investigación sobre el desarrollo y la enseñanza de las habilidades de pensamiento <i>Revista electrónica de investigación educativa Vol. 4, Núm. 1</i>		
5	49	Aguirre Muñoz El sentido de la pedagogía crítica en la era de la globalización después del 11 de septiembre de 2001 <i>Revista electrónica de investigación educativa Vol. 3, Núm. 2</i>		
6	35	Barriga Arceo Cognición situada y estrategias para el aprendizaje <i>Revista electrónica de investigación educativa Vol. 5, Núm. 2</i>		
7	35	Díaz Barriga La educación en valores: Avatares del currículum formal, oculto y los temas transversales <i>Revista electrónica de investigación educativa Vol. 8, Núm. 1</i>		
8	35	Abril Valdez, Román Pérez, Cubillas Rodríguez, Moreno Celaya ¿Deserción o autoexclusión? Un análisis de las causas de abandono escolar en estudiantes de educación media superior en Sonora, México <i>Revista electrónica de investigación educativa Vol. 10, Núm. 1</i>		
9	32	Coll Lo básico en la educación básica. Reflexiones en torno a la revisión y actualización del currículo de la educación básica <i>Revista electrónica de investigación educativa Vol. 8, Núm. 1</i>		
10	28	Martínez Rodríguez El enfoque sociocultural en el estudio del desarrollo y la educación <i>Revista electrónica de investigación educativa Vol. 1, Núm. 1</i>		

Fig. 2 Artículos más recomendados en la última semana del mes de noviembre de 2010.

La figura 3 indica las descargas de artículos mensuales y muestra los períodos de mayor actividad, tal como se observa en el mes de febrero de 2010. Podemos *señalar* que el número más visitado en la REDIE es el que se edita cada 1º de mayo, aunque habría que realizar un análisis más significativo para sostener este comentario.

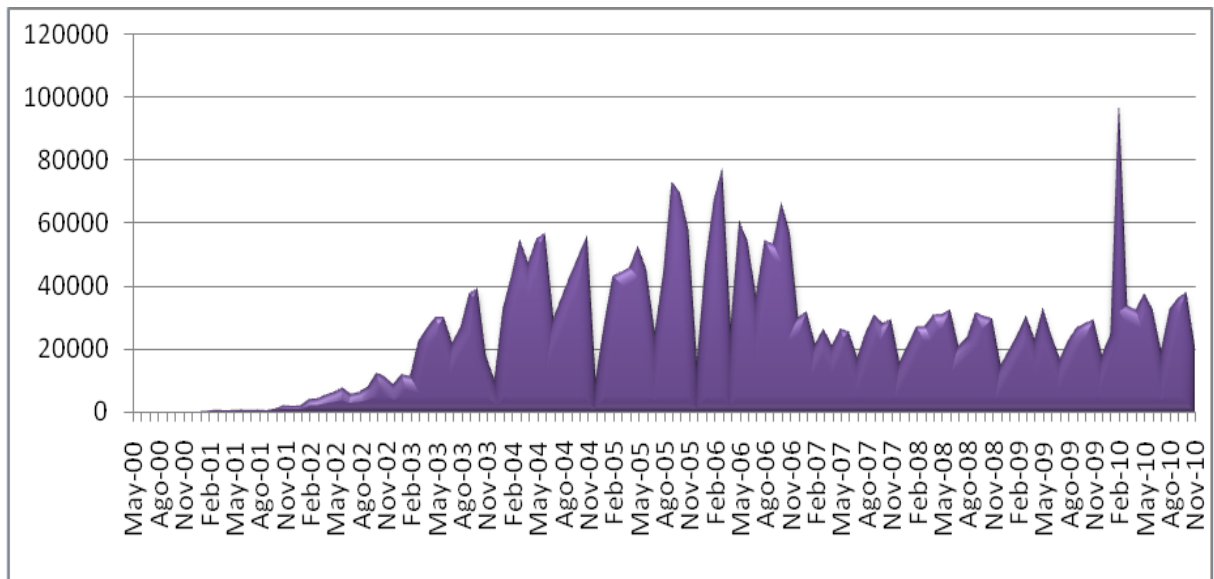


Fig. 3 Descargas mensuales de archivos en formato PDF del 1° de noviembre de 1999 a noviembre de 2010

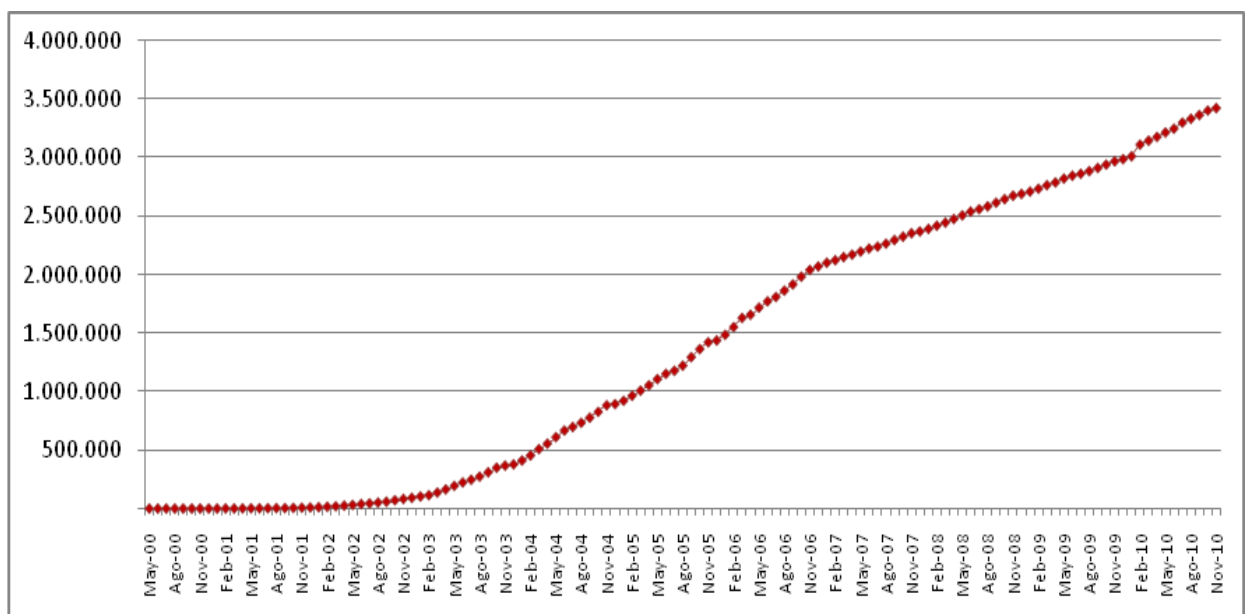


Figura 4. Descargas de archivos en formato PDF acumuladas del 1 de noviembre de 1999 a noviembre de 2010

La figura 4 expone el total acumulado de descargas en los 11 años, representando un total de 174'325,159.

4.4. Visitantes únicos⁶

En el caso de los visitantes únicos registrados desde el primer número publicado en noviembre de 1999 a noviembre de 2010, el total es de 3'885,970 visitantes únicos. El promedio anual representa un total de 353,270 y el mensual de 29,439 visitantes únicos.

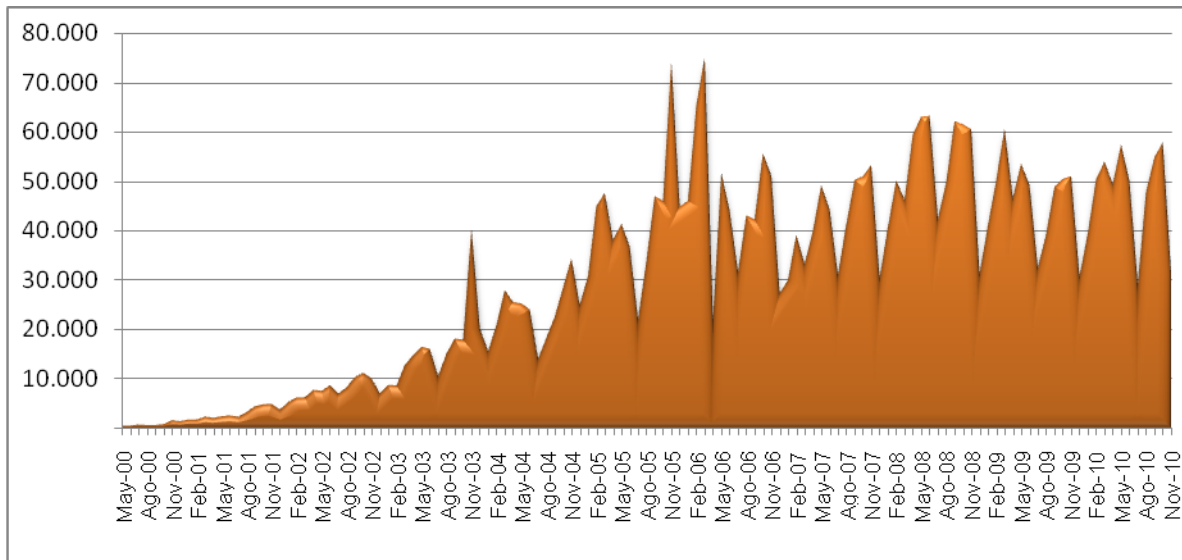


Fig. 5 Visitantes únicos mensuales a la REDIE del 1 de noviembre de 1999 a noviembre de 2010

En las figuras 6, 7, 8, 9 y 10 se puede observar que el comportamiento de las visitas a la revista según los días de la semana, indica que los días de mayor tráfico son los lunes, martes y miércoles, descendiendo gradualmente los fines de semana. En esta ocasión se revisaron los meses de noviembre y diciembre de cinco años, ya que en esas fechas se pone en línea la revista (mayo y noviembre).

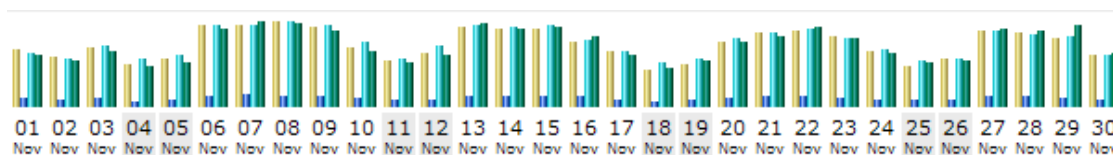


Figura 6. Visitantes únicos por día en el mes de noviembre de 2006

⁶ Se considera *visitantes únicos* a aquellos usuarios que aunque hayan accedido a la revista diariamente son contados una vez por mes.

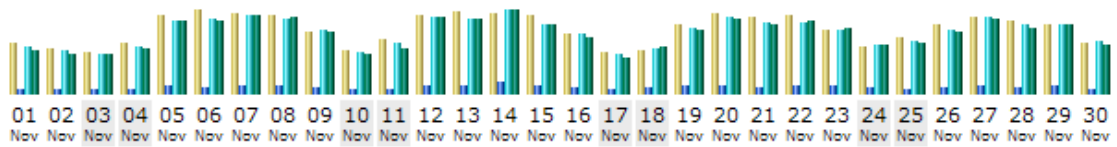


Figura 7. Visitantes únicos por día en el mes de noviembre de 2007

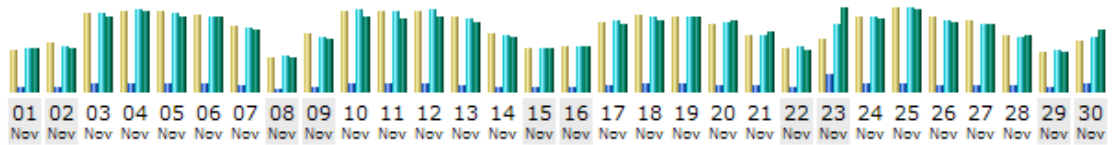


Figura 8. Visitantes únicos por día en el mes de noviembre de 2008

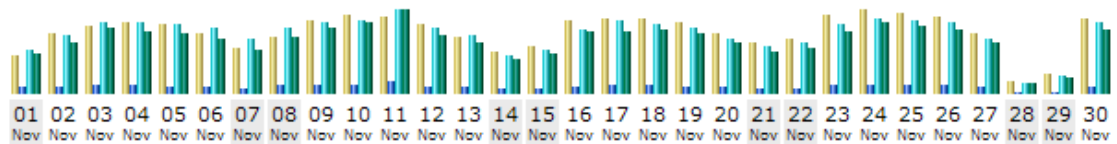


Figura 9. Visitantes únicos por día en el mes de noviembre de 2009

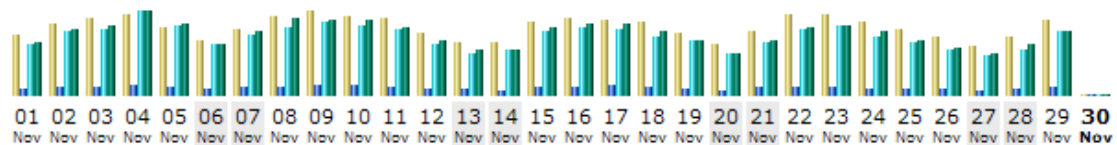


Figura 10. Visitantes únicos por día en el mes de noviembre de 2010

Día	Número de visitas	Páginas	Solicitudes	Tráfico
-----	-------------------	---------	-------------	---------

Es importante citar que se revisaron también los datos de los meses de mayo de los mismos cinco años analizados (2006, 2007, 2008 y 2009 y 2010) y el resultado siguió mostrando mayor tráfico los mismos días (lunes, martes y miércoles). Estos datos podrían compararse en un análisis futuro, con otros meses, como los períodos vacacionales, como son abril, julio, agosto y diciembre.

4.5. Origen de la conexión

4.5.1. Enlaces desde buscadores y sitios de enlace

La figura 10 muestra que el buscador que más se utiliza para acceder a la revista es Google y con una gran diferencia, el buscador de Yahoo se ubica en el segundo lugar. Con respecto a los sitios de enlace, se identificó que los más utilizados, son los índices o tablas de contenido de cada número, por lo que se considera que el usuario *lee* dicha información y eligen el artículo de su interés.

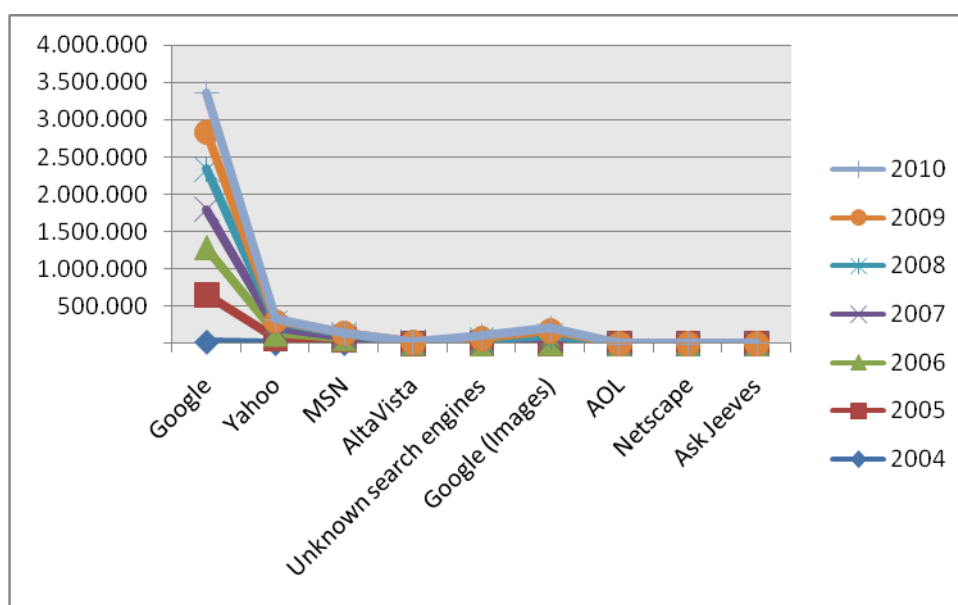


Figura 11. Enlaces desde buscadores

5. Reflexiones finales

Estos resultados (muy significativos numéricamente hablando), muestran la necesidad de establecer estrategias precisas que incidan en comunidades académicas anglófonas, ya que el nivel de internacionalización de la REDIE no puede, bajo ningún caso, insinuarse por el hecho de ser visitada por más de 3'885,000 usuarios únicos en sus 11 años, por lo que se requiere que esta inestimable visibilidad registrada tanto por sus usuarios como por sus descargas en PDF, pueda contrastarse con el análisis de sus citas, ya que la citación permitiría identificar si sólo somos leídos o incidimos en futuras investigaciones (Porcel *et al*, 2003).

6. Referencias

- Aguillo, I. y Granadino, B. (2006). “Indicadores web para medir la presencia de las universidades en la Red”. En Roca, Genís (coord.). *La presencia de las universidades en la Red* [monográfico en línea]. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*, 3(1). Consultado el 20 de octubre de 2010 en: http://www.uoc.edu/rusc/3/1/dt/esp/aguillo_granadino.pdf
- Araújo, R. J. y Arencibia, J. R. (2002). “Informetría, bibliometría y cienciometría: aspectos teórico-prácticos”. *ACIMED*, 10(4). Consultado el 13 de mayo de 2010 en: (http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol10_4_02/aci040402.htm)
- Arroyo, N., Ortega, P., Pareja, V., Prieto, V. y Aguillo, C. (2005). “Cibermetría. Estado de la cuestión”. En IX. *Jornadas Españolas de Documentación*, Madrid, España. Consultado el 10 de mayo de 2010 en: http://eprints.rclis.org/archive/00007206/01/ArroyoEtAl_FESABID2005.pdf
- Cordero, G., López Ornelas, M., Nishikawa, A. K. y McAnally, L. (2009). “Diez años de vida en línea: la experiencia de editar una revista electrónica en educación”. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 11(2). Consultado en noviembre de 2010 en: <http://redie.uabc.mx/vol11no2/contenido-cordero2.html>
- López-Ornelas, M. (2007). “La Cibermetría, una nueva alternativa para evaluar la visibilidad de la publicación académica electrónica. El caso de la REDIE”. *Revista Razón y Palabra*, 58, agosto–septiembre <http://www.razonypalabra.org.mx/actual/mlopez.html>
- Red Abierta de Bibliotecas Digitales [RABiD] (2007). *Área de información de cibermetría*. Consultado el 17 de agosto de 2010 en: <http://ict.udlap.mx/rabid/>
- Russell, J. (2009) “La internacionalización de las revistas científicas como parámetro de calidad”, trabajo presentado en taller de Latindex. “*Calidad e Impacto de la Revista Iberoamericana*”, San José, Costa Rica. Consultado el 22 de octubre de 2010 en: <http://www.slideshare.net/guest52e24a/internacionalizacion-de-las-revistas-cientificas-calidadrussel>

- Martínez, R. (2006). “Indicadores cibernéticos: ¿Nuevas propuestas para medir la información en el entorno digital?” *ACIMED*, 14 (4). Consultado el 30 de agosto de 2010 en:
http://eprints.rclis.org/archive/00009199/01/http_bvs.sld.cu_revistas_aci_vol14_4_06_aci03406.htm.pdf
- Pérez, M. (2002). “La bibliografía, bibliometría y las ciencias afines”. *ACIMED*, 10 (3). Consultado el 26 de junio de 2010 en:
<http://eprints.rclis.org/archive/00001847/01/bibliografia.pdf>
- Porcel Torrens, A., Castellano Gómez, M., Valderrama Zurián, J. C., Aleixandre, R. y Choren, S. (2003). “Análisis de citas”. Revista *Adicciones*, 15, 309-19. Consultado el 16 de junio de 2010 en:
<http://www.adicciones.es/files/03-Orig.%20309-320.pdf>
- Zamora, H., Aguillo, I., Ortega, J. L. y Granadino, B. (2007). “Calidad formal, impacto y visibilidad de las revistas electrónicas universitarias españolas”. *El Profesional de la Información*, 16 (1). Consultado el 11 de junio de 2010 en:
<http://eprints.rclis.org/archive/00009735/01/brnnljqqet4he8tf.pdf>

Campo científico de la Comunicación: examinando su estructura intelectual a través del análisis de cocitación

Yelina Piedra Salomón,⁷ Universidad de La Habana, Cuba ⁸

1. Introducción

LAS reflexiones teóricas desarrolladas hacia el interior de un campo de conocimiento como parte formativa de los procesos inherentes a su construcción, devienen en factor crítico de éxito para lograr su idónea consolidación y legitimidad. En este sentido, la evaluación de la actividad científica generada en los diferentes espacios de conocimiento se ha venido haciendo cada vez más latente a partir de la aplicación de métodos y procedimientos matemáticos.

Los métodos basados en el uso de los indicadores bibliociencia-informétricos son muy utilizados pues su empleo se sustenta principalmente en el análisis de bases de datos bibliográficas que permiten la cuantificación de grandes volúmenes de publicaciones científicas en cualquier área del saber.

La información emanada de estos estudios, avalada por la utilización de novedosas técnicas de visualización, tributa entre otras cuestiones a una idónea toma de decisiones en post de lograr una mejor distribución de recursos para la investigación en las instituciones, al fomento de nuevas políticas científicas y en alguna medida a determinar el estatus teórico-epistemológico de un campo de conocimiento.

⁷ Agradecimientos al Programa Doctoral en Documentación e Información Científica coordinado por la Universidad de Granada y la Universidad de La Habana, por el acceso a las fuentes objeto de análisis.

⁸ Publicado originariamente en *Revista Latina de Comunicación Social*, 2010: http://www.revistalatinacs.org/10/art/893_Cuba/15_Yelina.html

Los autores de las diferentes esferas científicas, vienen a jugar un papel determinante pues constituyen y construyen parte del discurso de dichas esferas. Según Vargas (2005) son responsables de su pasado, de sus intereses, de las relaciones e interacciones entre dominios. Y todo ello por medio de su lenguaje, es decir a través de las referencias o citas de sus trabajos. Por todo ello, el discurso de la comunidad en que se gesta el dominio, es aportado por el intercambio de pareceres que se produce entre los propios autores que constituyen esa comunidad la cual es el reflejo de la división social y laboral de la sociedad.

Desde esta perspectiva el análisis de la estructura intelectual de los diferentes dominios de conocimiento adquiere connotada relevancia y desde esta línea de pensamiento el análisis de cocitación juega un role elemental toda vez que en este se adopta la literatura científica y particularmente su aparato referencial, como configurador y reflejo de los patrones de comportamiento de la comunidad disciplinaria y por tanto, su objetivo es mostrar que la literatura se cohesiona y cambia de manera inteligible en el tiempo si se define en términos de artículos, autores y revistas y sus co-relaciones cognitivas y sociales en intervalos de tiempo independientes.

La conjunción en una, de estas tres entidades como objeto de estudio permite clasificarlos en: análisis de co-citación de autores citados, análisis de co-citación de documentos citados, y análisis de co-citación de revistas citadas.

Los estudios relacionados con el análisis de cocitación de autores fueron introducidos por White & Griffith en 1981, y aún en la actualidad no han perdido vigencia. Consisten en la recopilación de un conjunto de datos analíticos, que con la ayuda de técnicas de representación gráfica, es posible producir mapas empíricos de autores prominentes en un área de conocimiento determinada. Examinando la distribución de autores y los grupos que establecen estos en una segunda o tercera dimensión en el espacio intelectual es posible describir otros aspectos estructurales. Con el agrupamiento de autores por clusters es posible identificar áreas temáticas, escuelas de pensamiento, líneas de investigación, estilos intelectuales compartidos así como vínculos temporales o geográficos entre los actores. Analizando un conjunto de factores es posible demostrar la

concentración y amplitud de las contribuciones académicas de los diversos autores (McCain, 1990).

Según White & McCain (1998), estos estudios permiten identificar los autores influyentes de una disciplina así como desplegar sus relaciones a partir de las citas que reciben. ACA es la subcategoría que mapea la obra y por implicación las personas que la producen. Los datos en bruto son contados por las veces que pares de autores son citados conjuntamente, independientemente de cuál de sus obras son citadas. Muestra el camino de un campo, no solo como se ve hoy sino también como se verá mañana. Por su parte, los análisis de las redes sociales de cocitación de revistas (JCA) han reportado la existencia de revistas altamente interconectadas que representan subdisciplinas [Rice, Borgman, & Reeves, 1988 citado por McCain, 1990] y demuestran la “equivalencia estructural” de las revistas con patrones similares otorgando y/o recibiendo citas [Doreian, 1985, 1988; Rice, Borgman, & Reeves, 1988 citados por McCain, 1990]. Estos estudios develan temáticas relacionadas, especialidades de investigación así como dimensiones académicas importantes.

El campo de la Comunicación, polisémico e interdisciplinario desde su génesis, no escapa a este particular. Se han destacado investigaciones en las que se han analizado sus publicaciones, tal es el caso de un reciente estudio realizado por Colle (2009) en el que recuperando las palabras clave o, en su defecto, los títulos de los artículos publicados, se analiza la temática cubierta y la evolución de la *Revista Latina de Comunicación Social*. Otros trabajos (Leydesdorff & Probst, 2009; Park & Leydesdorff, 2009) se han encargado de mapear y delinear el carácter interdisciplinar del campo de la Comunicación a partir de la determinación del vínculo existente entre las diferentes estructuras de conocimiento, todo ello con el concurso de los análisis de citas e integrando técnicas de análisis de redes sociales.

Sin embargo no se tiene conocimiento de trabajos previos que hayan acometido la estructura intelectual del campo a partir de los estudios de cocitación y tal afirmación se sustenta sobre la base de que según Martínez (2009) el análisis de este campo de conocimiento demanda el abordaje de la *estructura interna* de la comunidad científica abordando aspectos tan determinantes para comprender la *producción*

científica como la procedencia, formación o adscripciones epistemológicas de los investigadores. El estudio de la *estructura interna* de una comunidad científica deshace cualquier ilusión de que ésta sea una especie de conglomerado homogéneo de investigadores, y revela la existencia, dentro de esa comunidad, de *sectores* o *grupos* específicos que comparten unas determinadas *actitudes epistémicas* básicas, algo que apunta en una dirección similar: maneras particulares de orientar la producción de conocimiento sobre un objeto determinado (la *comunicación*, en este caso).

Partiendo de los elementos anteriormente expuestos en la presente contribución se pretende examinar la estructura intelectual del campo científico de la Comunicación a partir de la identificación de los autores, documentos y revistas de mayor influencia e impacto en el área objeto de análisis así como de la representación e interpretación de la cocitación (autores, documentos y revistas), a partir del análisis de la producción científica contemplada en revistas de corriente principal en el período 2000-2007, con el concurso de técnicas de análisis de redes sociales para la visualización.

2. Metodología

Se utilizó como fuente de información primaria la base de datos Social Sciences Citation Index (SSCI) disponible en el Web of Science (WOS), servicio en línea que brinda el Institute for Scientific Information (ISI), actualmente denominado Thompson Reuters y radicado en Filadelfia, Estados Unidos. Cubre más de 8 000 títulos de publicaciones seriadas, consideradas la corriente principal (o mainstream) y catalogadas como canales elementales de información para la comunidad científica internacional, manifestando de esta manera un alto grado de influencia e importancia a nivel mundial. Particularmente *el Social Sciences Citation Index (SSCI)* provee con rapidez un poderoso acceso a información bibliográfica y de citas necesarias a la hora de realizar estudios de tendencia, de revistas e investigadores pues cubre información acerca de 50 disciplinas de las Ciencias Sociales.⁹

⁹ El acceso a la base de datos fue posible a través del portal de la Biblioteca Electrónica de la Universidad de Granada pues el presente trabajo es resultado de las investigaciones acometidas con motivo del Programa Doctoral en

A pesar de los conocidos sesgos de estas bases de datos con respecto a las Ciencias Sociales, se decidió tomarla como objeto de análisis partiendo del presupuesto de que a partir del 2004, con la aparición de nuevas alternativas que intentan ampliar la cobertura y representación de estas ciencias, se ha manifestado una apertura a favor de éstas como estrategia competitiva de Thompson Reuters. Para constatar ese nivel de apertura se realizarán posteriormente estudios comparativos con respecto a las bases de datos Scopus, de Elsevier, y Google Scholar, que se concibieron desde su génesis con una mayor cobertura documental particularmente con respecto a las Ciencias Sociales.

Varios estudios comparativos se han realizado utilizando estas bases como objeto de análisis [Jacso, 2004; Laguardia, 2005; Deis & Goodman, 2005; Burnham, 2006; Moya *et. al* 2007], no obstante se imponen más investigaciones que analicen de manera específica el abordaje de las Ciencias Sociales y dentro de estas la Ciencia de la Comunicación. En este sentido, aspectos muy relevantes podrían ser examinados a partir del análisis de otras alternativas más regionales como es el caso del proyecto de evaluación de revistas en Ciencias Sociales acometido por el Grupo de Investigación EC³ de la Universidad de Granada que denominado In-RECS, ha venido ganando fuerzas pues basándose fundamentalmente en el cálculo de indicadores de impacto de la misma manera en que lo hace Thompson Reuters analiza y evalúa las revistas españolas de ese ámbito de la ciencia.

Se utilizó como estrategia de búsqueda la identificación de la palabra “Communication” en los campos Title, Abstracts, y Keywords, limitando la búsqueda a la categoría temática “Communication” del SSCI, y al período comprendido entre los años 2000-2007 recuperando un total de 3362 documentos fuente durante el período comprendido entre el 1ro de enero de 2000 y el 31

Documentación e Información Científica coordinado en conjunto con la Universidad de La Habana. He incluido a todas las personas que me han prestado una ayuda sustancial, sin llegar a cumplir con los criterios necesarios para figurar como autores. Señalo igualmente que dispongo de su permiso por escrito para figurar en los agradecimientos. Permito a la revista el acceso a los datos, cuadernos de investigación, fuentes empleadas en la confección de la investigación que ha dado lugar al artículo.

de diciembre de 2007. Los documentos recuperados fueron descargados directamente a una base de datos creada con el programa gestor de referencias bibliográficas EndNote® x.2, desarrollado igualmente por Thompson Reuters, con vistas a proceder posteriormente a la correspondiente normalización de los campos a analizar en el estudio.

Se utilizó el programa Bibexcel (Olle Persson, Universidad de Umeå, Suecia) para realizar no solo los conteos de frecuencia de las citas sino también para la generación de la matriz de cocitación (autores, documentos y revistas). Para el abordaje de la estructura intelectual desde la visión del análisis de redes sociales se utilizaron las matrices generadas previamente con el programa Bibexcel y se procesaron con UCINET 6.123 para lograr su representación reticular mediante la utilización del programa NetDraw 2.38.

3. Examinando la estructura intelectual del campo científico de la Comunicación: resultados obtenidos

Antes de comenzar con el examen y caracterización de la base intelectual del campo que nos ocupa, se impone aunque breve, un análisis en el que se identifiquen de alguna manera los autores, documentos y revistas más influyentes en el campo en el período objeto de análisis y a partir de la fuente seleccionada.

Tabla 1. Autores más citados (citas \geq 100)

Autores	No. firmas	No. Citas	Autores	No. firmas	No. Citas
Cohen, J.	2	184	Berger, C.R.	1	132
Goffman, E.	1	181	Burgoon, J.K	1	129
Walther, J.B.	1	161	Chaffee, S.H.	1	125
Bandura, A.	1	156	Petty, R.E.	1	121
Rogers, E.M.	1	153	Giddens, A.	1	115
Habermas, J.	1	149	Katz, E.	1	106
Rice, R.E.	1	142	Baxter, L.A.	1	103
McLeod, J.M.	1	138			

En este sentido, un estudio hacia el interior de las referencias de los trabajos de los investigadores del área de la Comunicación permitió identificar un conjunto de autores, documentos y revistas que resultaron los más citados de la muestra siendo de esta manera los más consultados para desempeñar la actividad científico-investigativa en el área objeto de estudio.

Como es perceptible, Jacob Cohen resulta el autor más citado en el campo objeto de estudio y según la fuente analizada. Este autor, profesor emérito de Psicología en la Universidad de Nueva York, constituye una figura de referencia en las Ciencias del Comportamiento. Sus artículos y libros son frecuentemente citados por la relevancia que adquieren en el abordaje exhaustivo de los métodos estadísticos utilizados para el tratamiento de los datos en la investigación psicológica. Entre sus principales publicaciones se encuentran los textos "Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences" (1988) y "Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Sciences" (1983). Ambas publicaciones, best sellers de la casa editora Lawrence Erlbaum, obras seminales de la estadística aplicada a las Ciencias del Comportamiento que constituyen la guía y la base proveedora de las herramientas necesarias para realizar estudios más efectivos en este campo.

Al analizar el resto de los autores más citados en el dominio objeto de estudio es posible afirmar de manera general que los investigadores del área tienden a consultar con mayor frecuencia a autores clásicos, primariamente teóricos representantes de diversas corrientes de pensamiento, pertenecientes a los campos de la Psicología, la Sociología, la Filosofía y las Ciencias de la Comunicación misma. El comportamiento citacional de los autores corrobora el carácter interdisciplinar del campo científico de la Comunicación.

Desde el punto de vista de la identificación de los documentos de mayor influencia en el área analizada es posible afirmar que destacan un conjunto de documentos protagónicos los cuales se muestran en el gráfico que aparece a continuación.

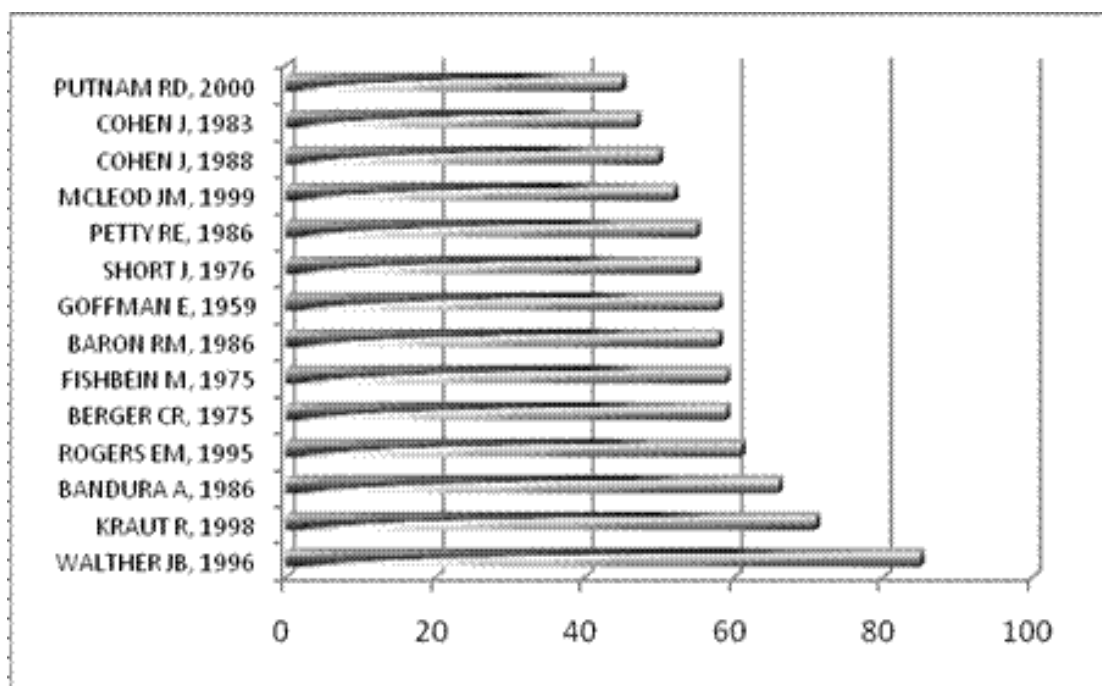


Fig. 1 Documentos más citados (citas \geq 45)

Como se puede apreciar el documento correspondiente a Joseph B. Walter (1996) resulta ser el más citado con un total de 85 citas recibidas. Este documento es un artículo publicado en la revista *Communication Research*, Vol. 23, No. 1, y titulado “Computer-Mediated Communication Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction”. En este trabajo el autor hace alusión al hecho de cómo la investigación y el uso de la comunicación mediada por computadora proliferan rápidamente y aborda las tendencias investigativas en este campo a lo largo de la historia. El principal aporte de este trabajo radica en que, reconociendo que la comunicación impersonal en ocasiones deviene en una ventaja, el autor propone estrategias para una despersonalización intencional del uso de los medios de comunicación con sus diferentes implicaciones. En este sentido, presenta una nueva perspectiva sobre el tema “comunicación hyperpersonal” reconociendo antes que en ocasiones los medios facilitan y superan la comunicación interpersonal en los niveles normales. Se discuten entonces los subprocesos que en la comunicación mediada por ordenador pueden aumentar las impresiones y las relaciones interpersonales, abordando de esta manera a los receptores, los transmisores, los canales, y los elementos de la retroalimentación.

De manera general en este acápite es posible afirmar que la mayoría de las publicaciones identificadas como más citadas en el área que se analiza son libros que pudieran catalogarse como obsoletos por sus fechas de publicación pero realmente no clasifican en este apartado toda vez que devienen en clásicos de la literatura en el área que se analiza. Estas obras se encuentran bajo la autoría de los autores identificados como los de mayor impacto e influencia dentro de la especialidad lo que denota coherencia en este sentido. Es válido señalar además que la mayoría de las publicaciones provienen de otros campos (Psicología, Sociología, Filosofía, Ciencias Políticas), no precisamente el de la Comunicación, lo que corrobora una vez más el planteamiento de que los estudios en esta área tienden a utilizar las plataformas conceptuales de otros campos [Berger, 1991; Boure, 2006; Reeves & Borgman, 1983; Rice et al., 1988; So, 1988 citado por Leydessdorff & Probst, 2009]. Este comportamiento viene a hablar de la ausencia de bases teóricas sólidas y propias del campo de la Comunicación.

El abordaje de las revistas citadas en este ámbito se comportó como se muestra en la tabla que aparece a continuación:

Títulos de revistas	# citas	Títulos de revistas	# citas
<i>Jnal of Soc. & Pers. Rel.</i>	1.052	<i>Public Opinion Q.</i>	266
<i>Journal of Communication</i>	612	<i>Augment & Altern. Comm.</i>	261
<i>Communication Research</i>	484	<i>Quarterly Jnal of Speech</i>	244
<i>Communication Monographs</i>	431	<i>Public Relations Rev.</i>	237
<i>Jnalism & Mass Comm. Q.</i>	405	<i>Jnal of Advertising</i>	230
<i>Technical Communication</i>	390	<i>Soc. Science & Medicine</i>	220
<i>Human Comm. Research</i>	352	<i>Management Comm. Q.</i>	214
<i>Psychological Bulletin</i>	294	<i>Americ. Jnal of Pub. H.</i>	206
<i>Jnal of Broadc. & Elect. Media</i>	288	<i>Comm. Education</i>	200
<i>Jnal of Consumer Res.</i>	279		

Tabla 2. Revistas más citadas (citas \geq 200)

La revista más citada de la muestra en el período 2000-2007 y por ende la más utilizada por los autores para realizar sus contribuciones, resultó ser la *Journal of Social and Personal Relationships*. Esta publicación es auspiciada por la Internacional Association for Relationship

Research y editada por la Sage Publications de Estados Unidos. Esta revista publica artículos originales y de la más alta calidad relacionados con trabajos empíricos y teóricos sobre relaciones sociales y personales. Constituye la revista insignia del tema sobre todo porque posee una marcada orientación multidisciplinar con especial hincapié en disciplinas como la Psicología Social, General, Clínica y del Desarrollo, aunque también contempla un importante número de investigaciones realizadas desde la Comunicación y la Sociología, entre otros enfoques.

De manera general en este acápite las publicaciones norteamericanas encabezan la lista de fuentes más consultadas dentro de la corriente principal del tema pues la mayor parte de las publicaciones pertenecen a este país a excepción de una (Communication Monographs) que le concierne al Reino Unido. Las revistas identificadas como más citadas y por ende las de mayor nivel de utilidad en el campo de la Comunicación en el período objeto de estudio, no precisamente constituyen en la totalidad de los casos las más productivas y mucho menos las núcleo de la disciplina pero su nivel de especialización y su carácter pluritemático las convierte en fuentes de consulta obligada a la hora de fomentar la investigación en esta área. Resulta válido destacar que al analizar el perfil editorial del conjunto de revistas identificadas como más citadas es posible corroborar una vez más el carácter interdisciplinar de la Comunicación como campo científico.

3.1. Co-citación de autores

La red que se presenta a continuación muestra el comportamiento de la cocitación de autores en el campo de la Comunicación a partir de la producción científica representada en el WOS en el período objeto de análisis.

En la figura siguiente se observan 4 clústeres bien definidos. La zona de mayor acción en la red de cocitación es la que se identifica con el clúster de color rojo el que a su vez agrupa a los autores de mayor grado nodal y por ende altamente cocitados; seguidos por aquellos que se ubican en el clúster de color gris.

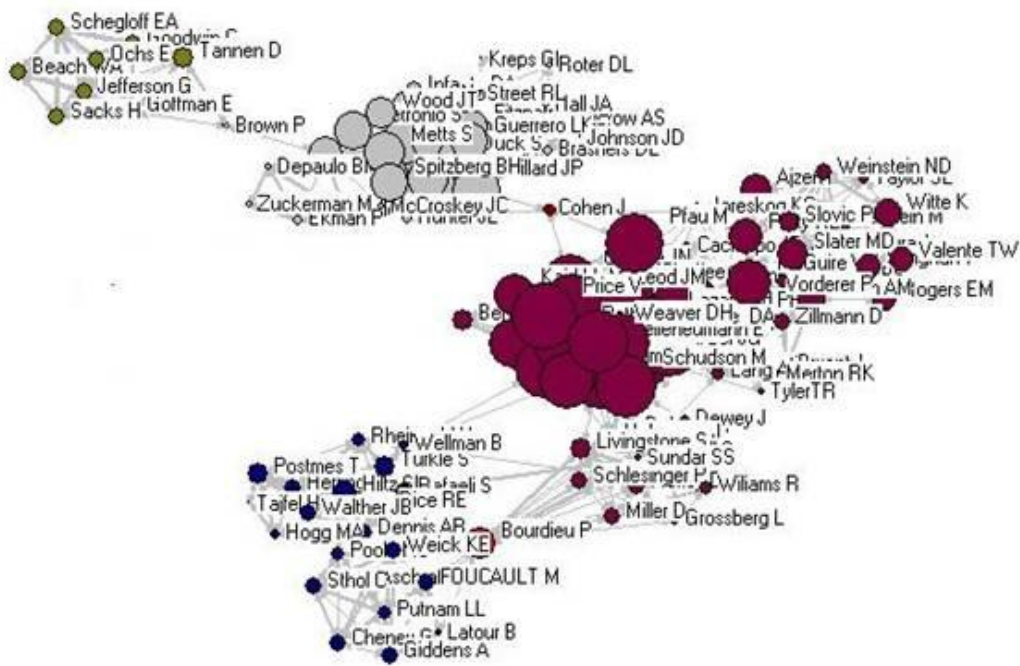


Fig. 2 Red de cocitación de autores (ACA)

En el clúster de color rojo se ubican junto a otros autores, aquellos identificados en acápite anterior como los de mayor impacto e influencia en el campo de la comunicación. Los actores de este clúster, doctores, profesores de universidades norteamericanas principalmente, psicólogos, comunicadores, sociólogos, filósofos e historiadores de formación; manifiestan intensas relaciones de cocitación entre sí por ser todos autores clásicos y meramente teóricos, responsables de teorías que sustentan los estudios de la actitud, la persuasión, el comportamiento humano, la cultura pública, opinión pública, comunicación política, comunicación masiva, efecto de los medios, periodismo, y política de género. Se destacan autores como Icek Ajzen, Michael W. Pfau, Michael Schudson, Pippa Norris, Vincent Price, Peter Vorderer; si bien se exhiben otros.

Los autores concentrados en el clúster de color gris, también autores prominentes, doctores y profesores universitarios, psicólogos, lingüistas y comunicadores de formación; aparecen estrechamente cocitados por ser responsables de obras seminales en el área de la comunicación interpersonal, no verbal, intercultural,

retórica, comunicación para la salud, procesos comunicativos en el matrimonio y la familia, las emociones, la persuasión y la gestión de la privacidad en comunicación. Se destacan autores como James P. Dillard, Laura K. Guerrero, James C. McCroskey, Brian H. Spitzberg, Mary Anne Fitzpatrick, David Johnson, Sandra Petronio entre otros.

En el clúster señalado con color azul en el extremo inferior derecho de la red, se concentra un conjunto de autores que resultan influyentes en el campo pero que son cocitados en menor medida. Se destacan sociólogos, psicólogos y comunicadores. Las relaciones de cocitación entre estos autores se dan sobre la base de que abordan temas relacionados con cuestiones concernientes con la tecnología y la sociedad, haciendo especial énfasis en el efecto social de la comunicación mediada por computadora, la gestión organizacional y de los procesos grupales, el abordaje de las redes de comunicación en el novísimo entorno tecnológico, la acción colectiva y la identidad social. Se destacan algunos autores clásicos, proveedores de teorías indispensables para abordar estos fenómenos, de ahí que aparezcan en este clúster autores como Michel Foucault, Anthony Giddens y Karl E. Weick. Se destacan otros autores como Starr R. Hiltz, Tom Postmes, Cynthia Sthol y Joseph B. Walther.

Nótese que con un importante grado de intermediación, se observa el nodo que representa al autor Pierre Bourdieu. Este nodo es capaz de conectar por sí solo al cluster principal de la red con el descrito anteriormente. Este comportamiento se traduce en el hecho de que existe una estrecha relación entre los temas abordados por los autores de ambos clúster solo que la plataforma de abordaje es la que difiere, los del primer clúster responden al ambiente tradicional y los del segundo toman como punto de partida las teorías clásicas y tradicionales para el abordaje de los nuevos espacios de conocimiento surgidos en el campo, influenciados sobre todo por la afluencia de las nuevas tecnologías de información y comunicación.

En el clúster de color verde claro, ubicado en el extremo superior izquierdo de la red, es posible visualizar un conjunto de autores muy relevantes en su mayoría sociólogos y lingüistas influenciados por la tradición etnometodológica. Se ocupan de las cuestiones relacionadas con la lingüística social, la psicología discursiva, el análisis de la conversación y estudios sociológicos de la

interacción. Resulta válido destacar que los principales actores de este clúster son coautores de importantes publicaciones de esta área. Se destacan entre estos autores, Harvey Sacks, Gail Jefferson y Enmanuel A. Schegloff.

A modo de cierre de este acápite se hace necesario puntualizar que la estructura intelectual del campo de la Comunicación desde este punto de vista, está dividida en dos subdisciplinas bien definidas, comunicación interpersonal y comunicación masiva, atravesadas transversalmente por las nuevas tecnologías. Esta base intelectual disciplinaria está conformada principalmente por actores de diversas esferas de acción afines, de alguna manera, con su objeto de estudio; con lo cual los acercamientos a esta área desde las prácticas de la Psicología, la Sociología, la Filosofía y la Lingüística van cada vez más en ascenso.

En su mayoría, esos actores que la abordan son académicos norteamericanos, teóricos, representantes de diferentes escuelas de pensamiento (cognitivismo, construccionismo, hermenéutica, entre otros) y estudiosos de la comunicación desde diferentes aristas; entendiéndola como disciplina científica y como campo de acción profesional en los más diversos espacios. Estos autores constituyen importantes exponentes del contextualismo de las Ciencias Sociales en general y en particular del dominio Comunicación pues se concentran, entre otras cuestiones, en el abordaje del individuo en su entorno cultural y temporal.

3.2. Cocitación de documentos

En la figura que se muestra a continuación, se expone el comportamiento de la cocitación de documentos en el dominio Comunicación. Se observa una red dividida en tres partes principales, hacia el centro (delimitado en azul y gris) se ubica un macro cluster exponente de la mayor centralidad en toda la red. Los nodos de mayor tamaño se corresponden con los documentos identificados como más citados en la muestra, siendo de esta manera los más influyentes, con un alto nivel de interrelación y similaridad temática entre ellos. Se localizan nodos con un alto grado de intermediación (Richard R. Lazarus (1991) y Everett M. Rogers (1983) capaces de

conectar grupos importantes dentro de la red y de ser consultados desde diferentes aristas.

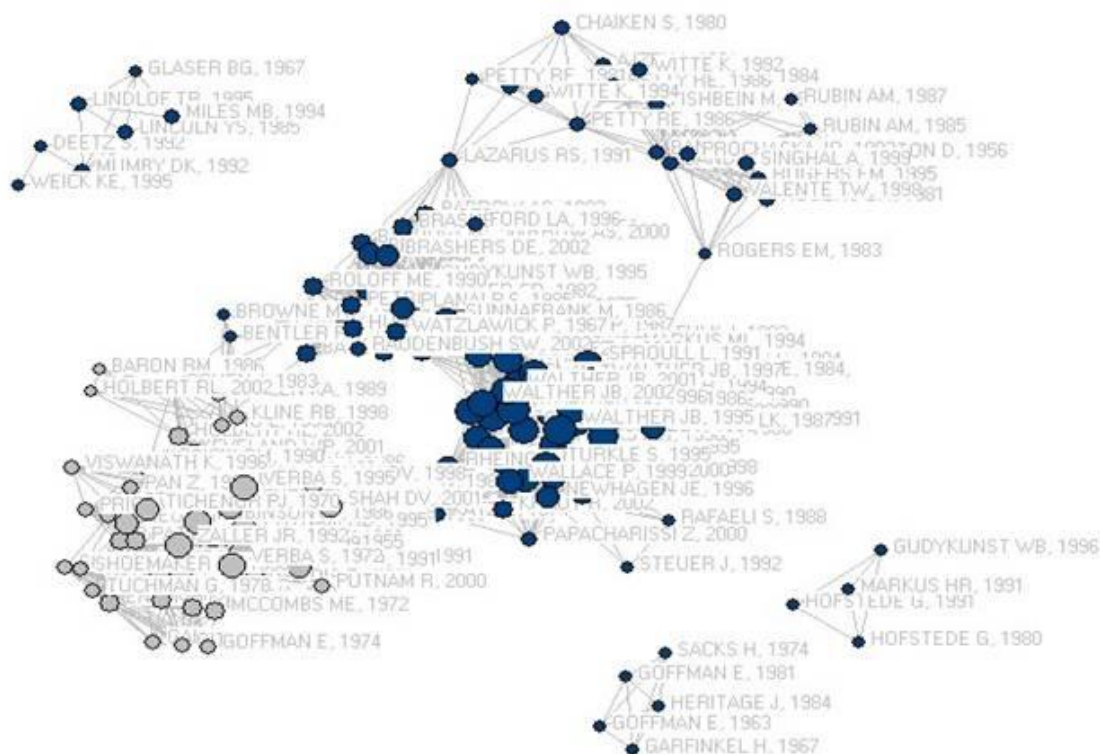


Fig. 3 Red de cocitación de documentos (DCA)

En el cluster central los documentos que manifiestan mayor centralidad de grado son los documentos bajo la autoría de Joseph B. Walter (1992, 1995, 1996, 2001), Robert E. Kraut (1998), los cuales abordan teóricamente el uso de internet en las relaciones humanas (personales y profesionales). En el subcluster delimitado con el color gris se destacan, si bien se exhiben otros, los trabajos de Dietram A. Scheufele y Dhavan V. Shah autores contemporáneos muy consultados en los temas de Comunicación Política.

Los trabajos con mayor centralidad de intermediación responden a publicaciones clásicas, la primera contentiva de la denominada Teoría de la evaluación cognitiva (Lazarus, 1991) y la segunda de la Teoría relacionada con los estudios de difusión de la innovación. Estos nodos a su vez mantienen una estrecha relación con aquellos concentrados en la parte superior del clúster central donde se destacan los trabajos de Richard E. Petty (1981,1986) sobre persuasión e influencia social (de los medios).

En el extremo derecho inferior se ubican dos pequeños clústeres en los que se destacan los trabajos de Erving Goffman (1963, 1981) relacionados con el comportamiento humano en espacios públicos y las formas del habla.; y los de Geert Hofstede (1980, 1991) correspondientes a la investigación intercultural comparativa.

El comportamiento en este acápite se manifiesta en total correspondencia con el detectado en otros epígrafes. Coinciden los documentos más citados con los autores más influyentes y los tópicos más abordados desde diferentes perspectivas, particulares que hablan de la existencia de un determinado conjunto de autores, documentos y revistas, como se verá en el próximo acápite, que usualmente son empleados para respaldar o fundamentar posturas asumidas, reflexiones y criterios en la elaboración de trabajos investigativos en este dominio científico.

3.3. Cocitación de revistas

En el presente acápite se aborda el comportamiento de este particular a partir de las revistas identificadas en la muestra objeto de estudio y pertenecientes al campo de la Comunicación. Una mirada a la red de cocitación permite distinguir la agrupación de las revistas en 5 clusters principales que parecen responder a las disciplinas a las que se asocian las fuentes analizadas.

En este sentido, se observa una red en la que hacia el centro se ubica el cluster principal protagonizado por las revistas de mayor centralidad de grado, evidenciado en el tamaño de los nodos, siendo estos títulos los más prestigiosos e influyentes en el campo y los que manifiestan relaciones de cocitación más estrechas entre sí.

En este clúster se ubican revistas que responden en mayor medida al perfil de la Psicología (General y Social) y la Investigación en Comunicación, mientras que lo hacen en menor medida a las Ciencias de la Información y las Ciencias Políticas. Esta conducta corrobora el hecho de que, y sobre todo en los Estados Unidos, la mayor fuerza intelectual del campo que se analiza proviene principalmente de la Psicología, particular evidenciado en el impacto que tienen las revistas de esta área en la Comunicación, esa influencia es amplia y dichas fuentes son reconocidas como las mayores en la

obtención de teorías y métodos por parte de los autores que publican en las revistas sobre comunicación [Leydesdorff & Park, 2009].

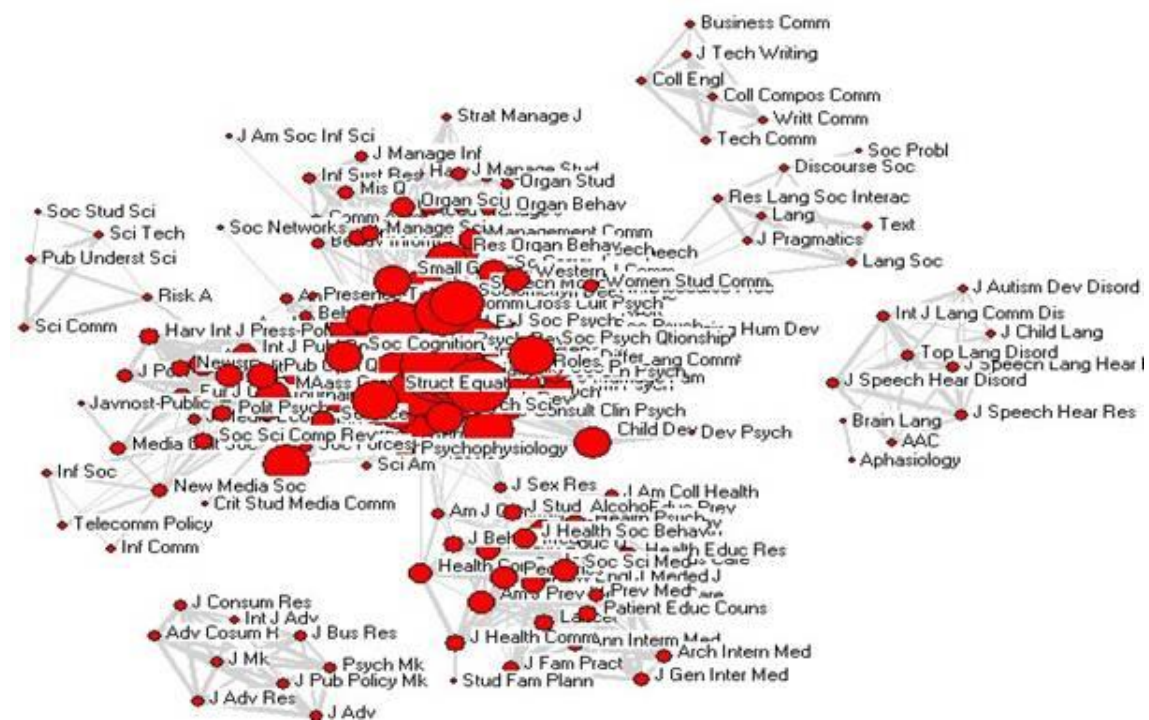


Fig. 4 Red de cocitación de revistas (JCA)

En este clúster también se ubican revistas que responden a nuevas especialidades fomentadas a raíz del continuo desarrollo tecnológico, entre estas se incluyen, la telecomunicación, la computación mediada por computadora, la informática y la interacción hombre-computadora.

En los clústeres de la periferia se localizan las revistas relacionadas con el Marketing y la Publicidad, Salud y Comunicación así como Estudios sociológicos y del lenguaje. Una vez más se constata que las fronteras del campo de la Comunicación aún no son claras [Leydesdorff & Probst, 2009], sobre esta base pudiera incluso afirmarse que es un fenómeno con un nivel alto de transversalidad y un muy marcado carácter interdisciplinar.

4. Conclusiones

La evaluación de la investigación, como práctica institucionalizada hoy en varios países del mundo, se presenta como uno de los

instrumentos más eficaces para la concepción y afianzamiento de políticas científicas, tanto a nivel nacional como internacional. Su aplicación en el ámbito de las Ciencias Sociales, dentro de ellas la Comunicación, se ha convertido en un área cada vez más atrayente más allá de las críticas suscitadas en la comunidad científica en torno a la idoneidad de las fuentes primarias utilizadas tradicionalmente para la obtención de los datos objeto de estudio. En este sentido, también juega un papel determinante en el abordaje de la estructura de las bases teórico- epistemológicas que sustentan los diferentes campos de conocimiento, entre ellos, la Comunicación.

En aras de obtener una visión de la base disciplinar fue posible la identificación de un total de 15 autores considerados los de mayor influencia en el espacio objeto de análisis según la fuente consultada. Exponentes todos de diversas corrientes de pensamiento y considerados como los más citados del dominio a partir de haber recibido 100 o más citas en el período objeto de análisis. El autor de mayor impacto resultó ser Jacob Cohen (181); clásico y figura de referencia en las Ciencias del Comportamiento por sus aportes en virtud de la aplicación de métodos estadísticos para el tratamiento de los datos de investigación en este campo. Autores de consulta obligada en el dominio se destacan, a saber, Junger Habermas (149), Michel Foucault (79) y Pierre Bourdieu (73) al igual que autores contemporáneos que van ganando influencia en el campo (Dietram A. Scheufele (87), Joseph N. Capella (86), William P. Eveland (85) y Dhavan V. Shah (78).

Los documentos identificados como más citados constituyen obras clásicas de la literatura científica, provenientes en gran medida de la Psicología, la Sociología, la Filosofía y las Ciencias Políticas. Se encuentran bajo la autoría de los autores de mayor impacto e influencia dentro de la especialidad.

Las revistas identificadas como más citadas y por ende las de mayor utilidad en el dominio en cuestión son mayoritariamente norteamericanas con un alto nivel de especialización y carácter pluritemático.

El estudio de cocitación de autores (ACA) manifestó que la estructura intelectual del dominio en cuestión, desde este punto de vista; está dividida en dos subdisciplinas bien definidas, comunicación

interpersonal y comunicación masiva, atravesadas transversalmente por las nuevas tecnologías. Está conformada mayoritariamente por académicos norteamericanos, teóricos, representantes de diferentes escuelas de pensamiento y estudiosos de la comunicación desde diferentes aristas; entendiéndola como disciplina científica y como campo de acción profesional.

La cocitación de documentos (DCA) se manifestó en total correspondencia con el comportamiento detectado en la cocitación de revistas y autores. Coinciden los documentos más citados con los autores más influyentes y los tópicos más abordados desde diferentes perspectivas, particulares que hablan de la existencia de un determinado conjunto de autores, documentos y revistas que usualmente son empleados para respaldar o fundamentar posturas asumidas, reflexiones y criterios en la elaboración de trabajos investigativos en el campo científico de la Comunicación.

El examen de la red de cocitación de revistas (JCA) arrojó que las publicaciones mayormente relacionadas se corresponden con las identificadas como las más influyentes del dominio. Responden al perfil de la Psicología (General y Social), la Investigación en Comunicación, las Ciencias de la Información y las Ciencias Políticas. Se ubica un conjunto asociado a especialidades fomentadas a raíz del creciente desarrollo tecnológico, a saber, Telecomunicación, la Computación Mediada por Computadora (CMC), la Informática y a la Interacción Hombre-Computadora (HCI). En posiciones periféricas se detectaron publicaciones pertenecientes a las esferas de acción del Marketing y la Publicidad, la Salud y Comunicación así como Estudios sociológicos y del lenguaje.

A través del examen de la estructura intelectual se corrobora que la Comunicación es un espacio de conocimiento interdisciplinar caracterizado por una aún insuficiente legitimidad epistemológica, con una marcada ausencia de reflexiones y propuestas teóricas propias del campo además de manifestar una división de la base intelectual disciplinaria en dos subdisciplinas bien definidas: Comunicación Interpersonal y Comunicación Masiva, atravesadas transversalmente por las Nuevas Tecnologías.

Referencias bibliográficas

- Burnham, J. (2006). "Scopus database: A review". Recuperado el 17 de marzo, de 2009, de <http://www.bioglib.com/content/3/1/1>
- Colle, Raymond (2009): "La temática de *Revista Latina de Comunicación Social*, 1998-2008". *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 71 a 85. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 26 de octubre de 2009, de http://www.revistalatinacs.org/09/art/07_806_13_revista/Raymond_Colle.html
DOI: [10.4185/RLCS-64-2009-806-71-85](https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-806-71-85) / CrossRed link
- Deis, L. y D. Goodman (2005). "Web of Science (2004 version) and Scopus." Recuperado el 17 de marzo de 2009, de <http://www.charlestonco.com/comp.cfm?id=43>.
- Jacso, P. (2004). "Péter's Digital Reference Shelf. Scopus" recuperado el 24 noviembre, 2008, de <http://www.galegroup.com/reference/archive/200409/scopus.html>
- LaGuardia, C. (2005). "E-Views and Reviews: Scopus vs Web of Science." recuperado el 23 de noviembre de 2008, de <http://www.libraryjournal.com/article/CA491154.html>
- Leydesdorff, L. y C. Probst (2009). "The Delineation of an Interdisciplinary Specialty in terms of a Journal Set: The Case of Communication Studies". *Journal of the American Society for Information Science & Technology* (forthcoming)
- Martínez-Nicolás, Manuel (2009): "La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales", publicado en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 1 a 14. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 26 de octubre de 2009, de http://www.revistalatinacs.org/09/art/01_800_01_investigacion/Manuel_Martinez_Nicolas.html
DOI: [10.4185/RLCS-64-2009-800-01-14](https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-800-01-14) / CrossRed link

- McCain, K. W. (1990). "Mapping Economics through the Journal Literature: An Experiment in Journal Cocitation Analysis." *Journal of the American Society for Information Science* 42(4): 290-296.
- Moya-Anegón, F. et al. (2007). "Coverage analysis of Scopus: A journal metric approach." *Scientometrics* 73(1): 53-78.
- Park, H. W. and L. Leydesdorff (2009). "Korean journals in the Science Citation Index: What do they reveal about the intellectual structure of S&T in Korea?". *Scientometrics* 75(3): 439-462.
- Vargas Quesada, B. (2005). *Visualización y aAnálisis de dominios científicos mediante redes pathfinder (PFNET)*. Biblioteconomía y Documentación. Granada, España, Universidad de Granada. Tesis doctoral.
- White, H. y K. McCain (1998). "Visualizing a Discipline: An Author Co-Citation: Analysis of Information Science, 1972-1995." *Journal of the American Society for Information Science* 49(4): 327-355.
- and B. C. Griffith (1981). "Author co-citation: a literature measure of intellectual structure". *Journal of the American Society for Information Science* 32(3): 163-171

La temática de *Revista Latina de Comunicación Social*, 1998-2008 ¹⁰

Raymond Colle – Ex profesor de la Pontificia Universidad Católica de Chile y de la Universidad Diego Portales - Santiago de Chile

1. Introducción

Revista Latina de Comunicación Social cumple ya más de diez años de existencia.¹¹ Partió en 1998 con una edición mensual, sumando ese año más de 140 artículos. En 2001, 2002 y 2003, hubo ediciones que cubrieron varios meses. En julio de 2003, la edición se hizo semestral, hasta fines de 2005, después de lo cual se optó por una edición anual, aunque actualizándose cada vez que se aceptaba un nuevo artículo. La frecuencia de publicación –y el número de artículos– bajó notoriamente en los años 2003 y siguientes, para repuntar en 2008.

A través de sus diversos índices es relativamente fácil observar la cantidad de autores que han participado y la cantidad de artículos publicados (cerca de 800). Pero no es tan fácil descubrir cuáles son los temas que han interesado más frecuentemente a los autores (y lectores) de *Latina* ni si ha existido alguna evolución de los mismos. Es lo que nos ha llevado a planear la presente investigación, haciéndonos las siguientes preguntas: ¿Qué temas han sido abordados más frecuentemente? ¿Ha habido alguna evolución significativa año tras año (por ejemplo con el avance de Internet)? ¿Hay puntos comunes entre los diversos artículos? ¿Cuáles?

La nuestra es, por lo tanto, una investigación exploratoria, que partió sin ninguna hipótesis definida, como ha de ocurrir muchas veces en el análisis de contenido.

¹⁰ Publicado originalmente como artículo en el ejemplar 63 de 2009, en http://www.revistalatinacs.org/09/art/07_806_13_revista/Raymond_Colle.html

¹¹ Quince años en el momento de salida de este libro (1998-2012).

2. Metodología

Al plantearnos descubrir la temática de Latina, nos vemos llevados a realizar algún tipo de Análisis de Contenido. No nos extenderemos aquí sobre la teoría correspondiente y sus avances históricos: existen múltiples textos al respecto. Los procedimientos que hemos utilizados son esencialmente estadísticos y gráficos.

2.1. Análisis estadístico

El análisis estadístico comprende tres partes:

1. Cálculo de frecuencia de aparición (ocurrencia) de palabras. Este tipo de cálculo se utiliza frecuentemente en análisis de contenido, dado que es comunmente aceptado que la frecuencia de las palabras es una medida del grado de importancia de los conceptos aludidos. Así, el mero recuento de los términos utilizados proporciona información significativa en torno a los conceptos priorizados por los autores. Esto, a su vez, es un elemento necesario (pero no necesariamente suficiente) para la definición del diccionario o código conceptual necesario para la etapa final del análisis matemático.

2. Cálculo de coocurrencia de conceptos, como medio para acceder a la descripción del sentido del discurso (o del conjunto textual analizado), extrayendo la estructura semántica subyacente. Para ello, se orienta hacia la búsqueda y el análisis de las interrelaciones de los términos significativos y, de este modo, hacia una explicitación precisa y estructurada de los significados centrales del conjunto.

El análisis de coocurrencia aplicado en el campo del análisis semántico tiene la ventaja de no limitarse a la identificación y suma atomizada de los componentes significativos. Al contrario, le es propio reconocer una importancia fundamental a las relaciones entre dichos componentes, para lo cual considera siempre pares de componentes, midiendo la simultaneidad de su aparición en conjuntos significativos predeterminados. Típicamente, aquí, el conjunto significativo considerado es la oración (definida pragmáticamente como el conjunto de términos que se termina con un punto) y cada par de palabras en el interior de esta unidad gramatical constituye una coocurrencia. Así, si la oración se compone de seis palabras, existirán en ésta quince coocurrencias o pares de

palabras. Por cierto el sistema es aplicable a cualquier conjunto con valor semántico, y no sólo a textos. Así, por ejemplo, Hudrisier lo utilizó en Francia para generar sistemas de clasificación de fotografías.

Este procedimiento puede aplicarse a conjuntos de variadas dimensiones (dependiendo de la memoria RAM del ordenador utilizado), obteniendo como resultado una matriz de coocurrencia (tabla de doble entrada en que los conceptos se relacionan unos con otros). Como el tamaño de ésta crece rápidamente, corresponde al analista limitar el número de términos a considerar. Por ello se eliminan todas las palabras no significativas (artículos, pronombres, etc.) y se procede a establecer agrupaciones de términos que se consideraron como formas diferentes de representar un mismo concepto (campos conceptuales). Un campo conceptual se entiende «compuesto por unidades léxicas unidas por relaciones de naturaleza diversa en la lengua en uso, ya sea por relación semántica paradigmática, por asociaciones dadas por la cultura o por el conocimiento del mundo». (García, 1990: 103). En el presente caso, el software utilizado (Anatex3, ver Colle: 2005) permite definir la cantidad de campos conceptuales que se desee, cada uno a su vez compuesto del número de términos que sea necesario. Esto corresponde a la técnica de los "diccionarios" –como el clásico "Diccionario de Lasswell" y otros– utilizados por múltiples sistemas de análisis computacional del discurso (p.ej. el Minnesota Contextual Content Analysis, cfr. Litkoswski y McTavish: 2001).

Después de analizar el superconjunto, se habrá formado una matriz con todas las coocurrencias reales. Esta matriz representará el campo conceptual determinado por los componentes anotados, pudiendo poner en evidencia procesos psicológicos subyacentes a la formulación del discurso, estrechamente vinculados al carácter semántico de la comunicación. Los pares muy frecuentes indican una fuerte atracción o vinculación mútua (con influencia de la significación de un término en la significación del otro), y la eventual interrelación de múltiples pares conforma una red, que –al dibujarse– puede poner en evidencia sub-áreas, términos más centrales y términos que –si bien pueden ser poco frecuentes– jueguen un papel importante al unir las sub-áreas (términos llamados "visagras"). Esta técnica se origina en antiguas hipótesis del conductismo sobre el significado de las palabras, mejoradas luego con los aportes del

llamado Modelo de Red Semántica de Collins y Quillian, establecido por dichos autores en 1969, pero corregido posteriormente de diversas maneras (cfr. Harley: 2008). El primer programa computacional de representación de una red semántica se debe a Richard H. Richens del Cambridge Language Research Unit (1956), sistema luego desarrollado por Robert F. Simmons en la System Development Corporation en los años 1960. Con la generalización del uso la computación en múltiples diisciplinas, en los años ochenta y siguientes, se han multiplicado los trabajos de análisis computacional de redes semánticas.

2.2. Graficación

El software Anatex que hemos utilizado proporciona las tablas de coocurrencia (tanto la matriz general como el listado de pares asociados) a partir del diccionario conceptual definido por el investigador pero no es capaz de graficar el mapa que representaría las interrelaciones. Para ello se recurrió a NetDraw, un software especializado de gráfica vectorial (Borgatti:2002). Dos procedimientos son de importancia aquí:

- la simplificación del grafo, es decir la búsqueda de la óptima ubicación de cada elemento para evitar al máximo el cruce de los arcos (líneas que representan las relaciones de coocurrencia);
- la selección de «umbrales» donde detener la inclusión o exclusión de nuevos términos en un determinado mapa.

Es evidente que si se incluyen en un mapa todos los conceptos de un discurso, el mapa se hará ilegible y dejaremos de cumplir el objetivo de extraer la estructura organizadora y los subcampos semánticos medulares del mismo. Existe por lo tanto la necesidad de proceder por etapas, partiendo por las coocurrencias más frecuentes y construyendo varios grafos, correspondientes a diferentes niveles de frecuencia o bien, a la inversa, graficar toda la red y esconder los vínculos menos frecuentes. El software de análisis de redes, como NetDraw, procede generalmente de este modo, registrando la totalidad de la red, y ofrece procedimientos específicos para el análisis de ésta, como la selección sobre la base de atributos (como ciertas

características de los integrantes o categorías que se hayan establecido previamente) y, en particular, del peso relativo de los vínculos (frecuencias) entre los nodos (integrantes de la red). Así, se pueden seleccionar umbrales de frecuencia que ponen en evidencia grupos, subgrupos y elementos tanto centrales como marginales (y, por lo tanto, poco significativos).

3. Etapas de análisis

Corpus: En una primera etapa se seleccionaron las palabras clave de todos los artículos que las tenían, publicados desde enero de 1998 hasta diciembre de 2008. En los casos en que no había palabras clave se registraron como tales los títulos (lo cual es a veces menos preciso y menos completo). Fue el caso en las ediciones de enero a mayo de 1998, julio-agosto y diciembre 2001, todo 2002, 2003 y 2004 y enero-junio 2005.

Tratamiento de las palabras clave: Se consideraron todas las palabras por separado excepto en el caso de nombres propios (de personas, organismos o publicaciones). Así, por ejemplo, para los efectos del análisis, «medio de comunicación» se compone de «medio» y «comunicación». Ésto es indispensable para un correcto análisis semántico de la temática. Al contrario, siendo nombres propios, «La Gaceta de Galicia» se transforma en «La-Gaceta-de-Galicia» y «Facultad de Ciencias de la Información» en «Facultad-de-Ciencias-de-la-Información». En los (escasos) casos en que las palabras clave estaban exclusivamente en otro idioma, se tradujeron al español.

Las palabras clave (o títulos, en su defecto) de cada artículo fueron luego tratadas como un conjunto (como si fuese una oración) y los conjuntos de todos los artículos de un mismo año fueron agrupados como si formasen un sólo «discurso».

Para cada uno de estos «discursos» se pasó entonces a la segunda etapa, consistente en un análisis automático de frecuencia de las palabras contenidas en el corpus completo (eliminando automáticamente las palabras vacías como artículos, preposiciones, pronombres, etc.). La lista obtenida sirvió básicamente para pasar a la confección del diccionario conceptual a utilizar en la siguiente fase. Posteriormente se condensó manualmente este listado procediendo a

establecer agrupaciones de términos que se consideraron como formas diferentes de representar un mismo concepto (campos conceptuales). Se definió de este modo el Diccionario necesario para la siguiente etapa automática, el cual contiene 57 campos conceptuales (Ver Anexo 1), seleccionados en razón de la frecuencia de ocurrencia de los mismos ($fr > 5$, o sea haber aparecido en promedio al menos en la mitad de los años de publicación). Estos campos conceptuales son los «temas» de Latina que nos interesa conocer.

Disponiendo de este Diccionario, se aplicó en forma automática a cada «discurso» (conjunto anual) un análisis estadístico de los campos presentes. Este análisis anual, cuyos resultados fueron vertidos a una hoja de cálculo, permitió así investigar la evolución histórica de la temática.

Posteriormente se pasó al análisis de coocurrencia, consistente en crear una matriz simétrica de doble entrada en que se suman las coocurrencias de todos los campos conceptuales, la unidad de análisis siendo el conjunto de palabras clave correspondiente a cada artículo. En otras palabras, se registran todas las palabras del conjunto, se verifican cuales están en el «Diccionario» y se suma 1 en todas las celdillas de cruce de cada campo conceptual con los demás campos aludidos en la misma unidad analizada.

Los resultados de esta etapa, aparte de la matriz completa –de difícil manejo–, están constituidos por pares de campos conceptuales con su respectiva frecuencia de coocurrencia (Ver ejemplos más adelante). Los resultados, correspondientes a cada año, se pasaron también a una hoja de cálculo a fin de poder compararlos y, con la sumatoria, obtener los resultados para todo el período considerado.

Contando con estos pares y su frecuencia, pasamos a representar las relaciones entre campos conceptuales (los «temas» de Latina) en forma gráfica, tal como se hace en sociometría para representar las relaciones grupales y las estructuras de liderazgo. Se obtiene así un mapa semántico, que representa no sólo los campos más frecuentes (cosa que se puede lograr con el primer análisis estadístico mencionado, pero de baja significación semántica) sino más particularmente la estructura de interrelaciones y el grado de centralidad de estos campos conceptuales en el discurso total

analizado, lo cual no aparece siempre a la vista por mera lectura.

Los cálculos se realizaron utilizando el software ANATEX, una aplicación desarrollada originalmente en la Pontificia Universidad Católica de Chile (en 1988 para la plataforma Macintosh y actualizada por este autor en 2005 para el sistema operativo Linux), destinada a facilitar operaciones vinculadas al análisis de textos, tanto en el campo del análisis de contenido como en lingüística y otras áreas vinculadas a las anteriores como la hermenéutica y la exégesis. Realizados los dos tipos de operaciones de cálculo necesarios en la presente investigación –primero la estadística de palabras y luego la estadística de campos conceptuales coocurrentes– pasamos a la graficación utilizando NetDraw (Borgatti, 2002).

4. Resultados

4.1. Términos

Hemos registrado más de 1.700 términos (palabras claves o palabras significativas en títulos). Las diez más frecuentes fueron las siguientes ('España' y 'nuevo' tienen la misma frecuencia):

Tabla 1. Términos más frecuentes

prensa	televisión	ética
comunicación	medio	España
periodismo	México	nuevo
información	internet	

A partir de estas palabras, reagrupándolas, hemos confeccionado la lista de temas (campos conceptuales) abordados. Ya hemos señalado que hemos limitado esta lista a los temas que han aparecido en promedio al menos en el 50% de los años de publicación (frecuencia superior a 5), lo cual era indispensable debido a la enorme cantidad de temas que aparecieron solamente una o dos veces. Sin embargo, es indispensable recordar que los temas consisten, en múltiples casos, en la reagrupación de múltiples

términos. Así, por ejemplo, en el tema «educación» reagrupamos 12 términos asociados que aparecieron muchas veces con una bajísima frecuencia:

educación = { educación, educar, educativa, educativo, docencia, enseñanza, escolar, escolares, estudiantes, formación, profesor, profesorado }

Al contrario, ante la –esperable– alta cobertura del tema del periodismo, preferimos subdividirlo en varios subtemas:

- periodismo = { fotoperiodismo, periodismo, periodística, periodístico, periodista, periodistas }

- prensa = { diario, diarios, imprenta, impreso, impresos, periódicos, prensa, publicaciones, revista, revistas, semanario }

4.2. Temas

4.2.1. Frecuencias netas

A partir del diccionario definido, hemos obtenido la siguiente estadística de frecuencia de los temas (limitada aquí a los que aparecieron más de 10 veces):

Tabla 2. Temas más frecuentes

<u>Tema</u>	<u>Frec.</u>	<u>%*</u>
comunicación	225	9,7
periodismo	205	8,3
prensa	179	7,2
información	134	5,4
medio	116	4,7
televisión	113	4,6
internet	94	3,8
España	70	2,8
política	65	2,6

tecnología	61	2,5
nuevo	60	2,4
digital	53	2,1
educación	53	2,1
publicidad	51	2,1
ética	50	2,0
social	50	2,0
Argentina	49	2,0
cine	46	1,9
público	44	1,8
cultura	43	1,7
México	42	1,7
iconografía	40	1,6
global	38	1,5
ciencia	35	1,4
radio	31	1,3
infografía	30	1,2
audiovisual	27	1,1
ciber	27	1,1
investigación	27	1,1
historia	26	1,0
elección	25	1,0

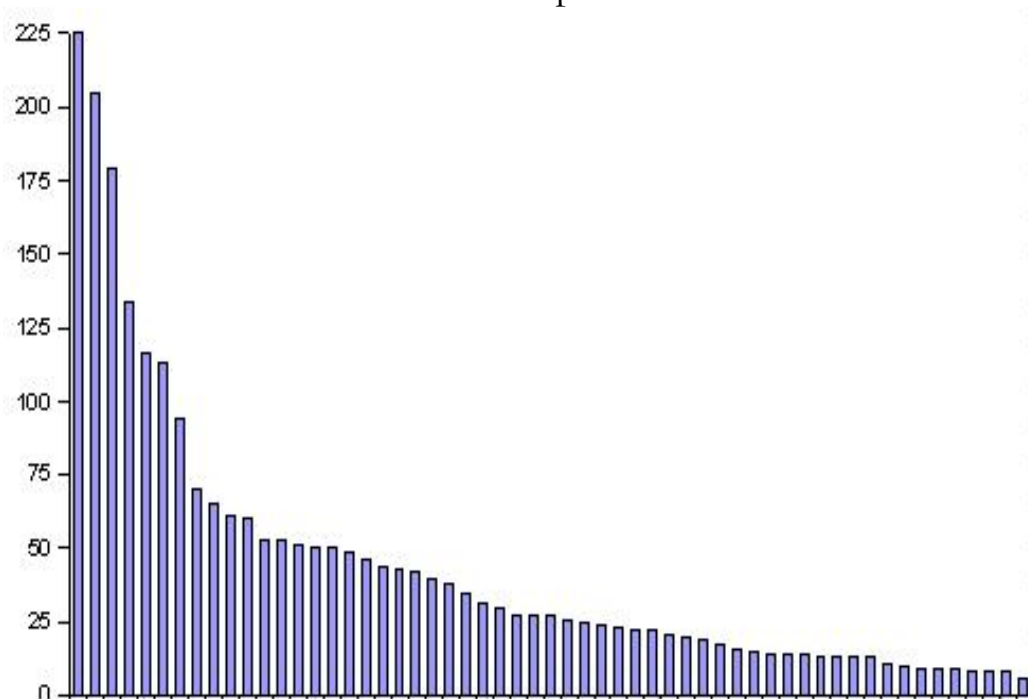
* Estos porcentajes se han establecido en base al total de temas citados a diferencia de la tabla del Anexo 2, donde los porcentajes corresponden al número de artículos. (Se incluyen aquí solamente los porcentajes >1)

Los cuatro primeros temas son lógicamente los más genéricos, ligados a la temática global de la revista, siendo el periodismo el dominante (prensa+periodismo=313, o sea aproximadamente 28,5

veces por año). Pasando luego a temas más específicos, vemos que la televisión ha sido el medio que ha acaparado más la atención (113, seguido de Internet (Internet+web=107, lo cual se acerca mucho al tema de la televisión), ocupando también una importante posición países como España, Argentina y México (citados por su nombre o su gentilicio). Las otras naciones más frecuentemente citadas han sido Costa-Rica, Venezuela, Canarias y Brasil. Como medio de comunicación específico, solo ha aparecido más de cinco veces el diario El País (14). Es interesante ver que la ética también ha concitado frecuentemente el interés (50). Si unimos los dos temas asociados a la imagen (excluyendo la televisión), iconografía e infografía, obtenemos también una alta representación (70).

El gráfico que sigue da una mejor idea de la variación proporcional de las frecuencias.

Gráfico 1: Temas por frecuencia



4.2.2. Variación anual

Si observamos la distribución de los temas a través del tiempo (año por año) y la ponderamos de acuerdo al número de artículos registrados cada año —para poder estudiar la evolución histórica— obtenemos una distribución que registra numerosas variaciones. La

comunicación, la información, los medios, Internet y la ética han sido, proporcionalmente, más citados en los tres o cuatro últimos años. Pero no es posible observar una evolución sistemática de los intereses: las variaciones anuales son muy irregulares y las cifras, además, no son siempre comparables por cuanto durante algunos años no hubo palabras clave y operamos con los titulares (Ver Anexo 2). Tampoco es posible hacer aquí deducción alguna acerca de la influencia que pudo haber tenido el paso a la «Segunda época» (2006) sobre la temática, debido a las variaciones anteriores.

Nos interesaba particularmente lo ocurrido con el tema general de las «Nuevas Tecnologías». Ésto implica, de acuerdo a nuestro Diccionario, considerar los temas específicos Ciber, Digital, Internet, Web y el par asociado Nuevo+Tecnología. La suma anual y su transformación en porcentajes de artículos que contienen estos diferentes campos conceptuales se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 3. Nuevas Tecnologías

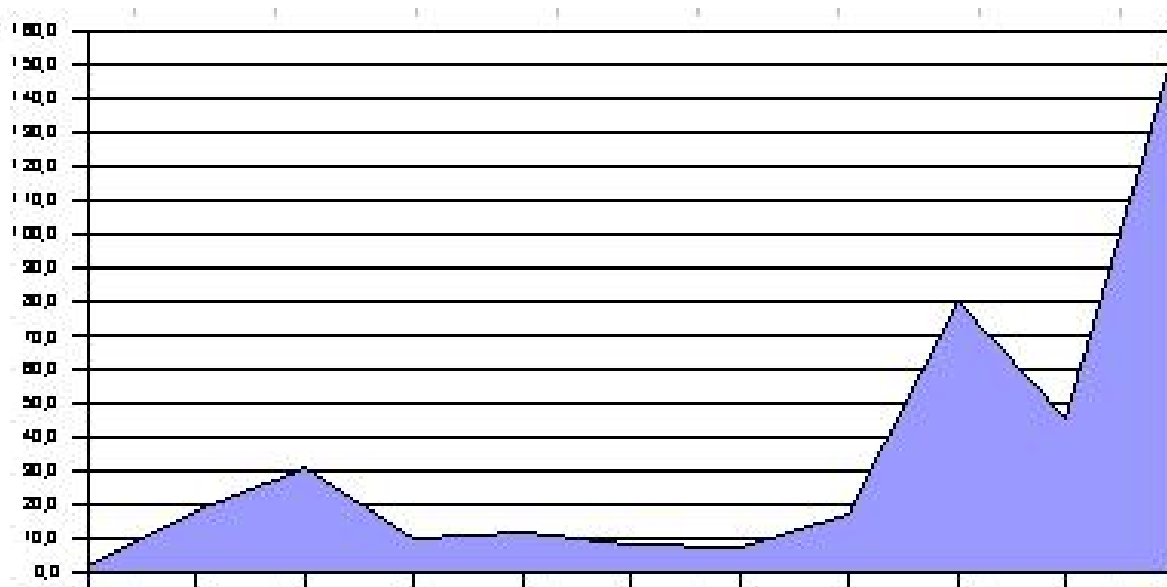
Año	1998	1999	2000	2001	2002	
Frec.netas	3	26	45	9	10	
Frecuencia pond. por nº de artículos	2,1	17,8	30,8	9,9	11,9	
Año	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Frec.netas	3	2	5	16	9	64
Frecuencia pond. por nº de artículos	8,1	6,9	17,2	80,0	45,0	152,4

Téngase en cuenta que las frecuencias netas no indican el número de artículos, sino la suma de las frecuencias de los temas, varios de éstos pudiendo aparecer como descriptores de un mismo

artículo. La misma distorsión se presenta al calcular la ponderación por la cantidad de artículos (por lo cual también la frecuencia ponderada supera 100 en 2008).

Como se puede observar, fue en el año 2008 que se abordó más frecuentemente esta temática. En los once años considerados, la variación ha sido totalmente irregular, como en los demás casos. (Tómese en cuenta que desde el segundo semestre de 2001 hasta el primer semestre de 2005 no hubo palabras clave y se procesaron títulos).

Gráfico 2: Evolución del interés por las NTICS (ponderado)



4.3. Coocurrencia de temas

Dado que la descripción de los artículos implicaba el uso de múltiples términos, era importante analizar la interrelación de los temas señalados en cada caso. Es lo que se obtiene mediante el análisis de coocurrencia, el que arrojó los siguientes resultados a nivel general y por frecuencia decreciente (Tabla completa en Anexo):

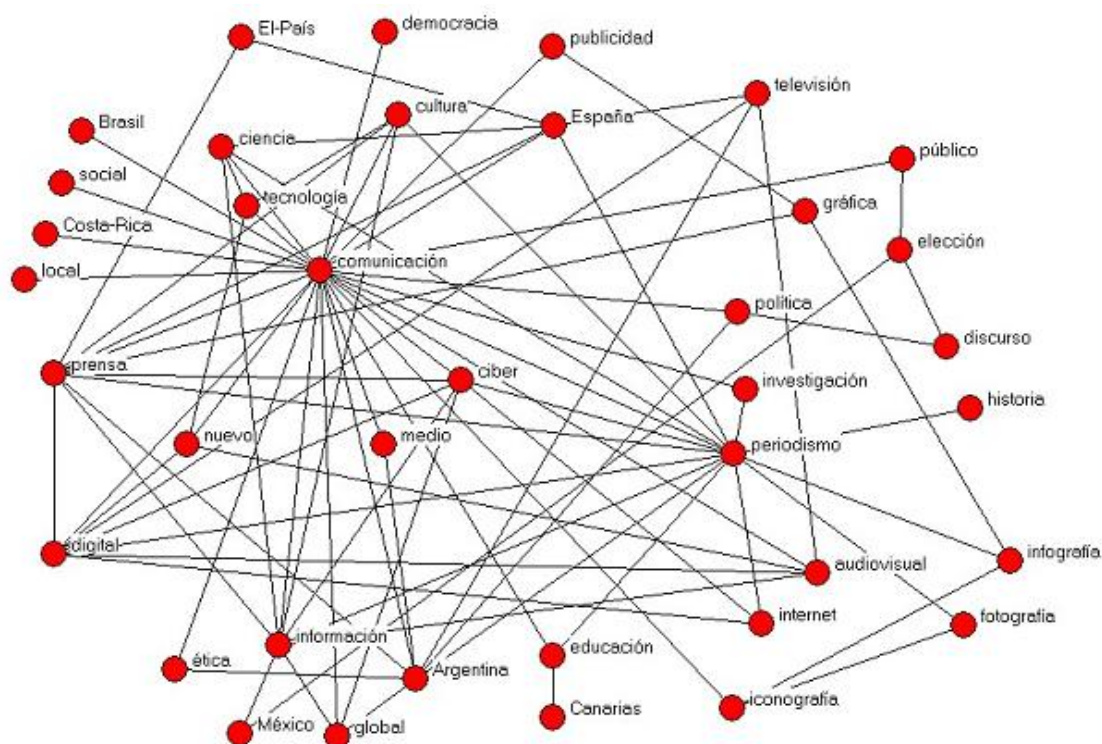
Tabla 4. Coocurrencias más frecuentes

comunicación medio	49	comunicación nuevo	15
comunicación_información	32	comunicación social	15
comunicación periodismo	27	España televisión	14
ciber internet	26	ciencia periodismo	13
comunicación política	22	comunicación público	13
comunicación prensa	22	ciber digital	12
España prensa	22	comunicación publicidad	12
comunicación tecnología	20	<i>El-País</i> prensa	12
audiovisual comunicación	17	comunicación educación	11
Argentina medio	16	comunicación internet	11
cíber periodismo	16	digital internet	11
comunicación ética	15	información periodismo	11

Los cuatro primeros casos muestran asociaciones bastante obvias. Sin embargo, el primer caso no significa necesariamente «medio de comunicación»: la asociación significa solamente que los dos temas aparecen en un mismo artículo, sea unidos con la preposición «de» sea de otra forma. Lo mismo vale para «comunicación social» y los otros pares. Es de esta forma que deben interpretarse todos los resultados relativos a la coocurrencia.

La principal observación es que la repetición de los mismos pares asociados es bajísima en comparación con el número de artículos publicados, lo cual es un indicio de la alta diversidad de los mismos. Son 239 los pares coocurrentes que aparecen una sola vez y 89 los que aparecen dos veces. Debemos reconocer que hemos sido sorprendido por este resultado, esperando coocurrencias más frecuentes. Se explica –solo en parte– por el importante número de artículos que no cuenta con palabras clave: en estos casos el número de términos correspondientes al diccionario de campos conceptuales (temas) es mucho menor y, por lo tanto, las coocurrencias muy escasas.

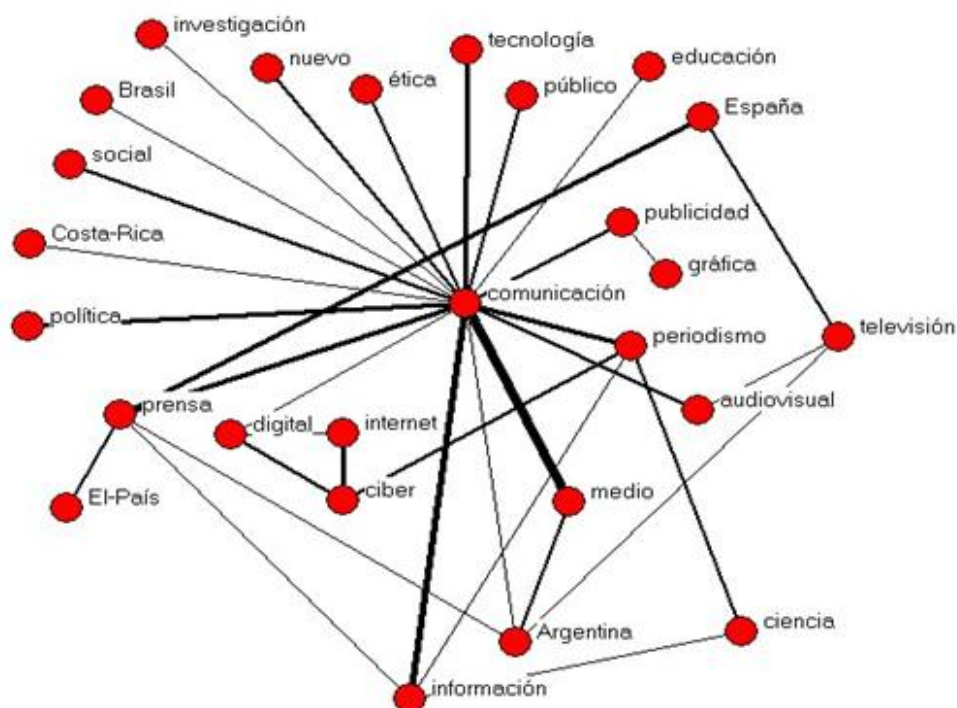
Gráfico 3: Interrelaciones temáticas (>4)



Las relaciones se observan mejor cuando se construye, gráficamente, la red de interrelaciones, siempre que se limiten los arcos (líneas que muestran las relaciones) en función de la frecuencia, aquí todos los casos con $F > 4$ (el gráfico con frecuencias inferiores resulta ilegible e ininterpretable) [Gráfico 3]

Se observa claramente el rol central y aglutinador de los temas «comunicación» y «periodismo», como también de «digital» «prensa» e «información», como la tabla de coocurrencias lo hacía presuponer. Para visualizar mejor los elementos centrales de esta red, redujimos la frecuencia máxima aceptada a 7, obteniendo el siguiente resultado (donde los nodos han sido desplazados para evitar cruces de arcos innecesarios):

Gráfico 4: Interrelaciones temáticas mayores (>7)



Aquí, hemos introducido una variación en el grosor de las líneas (arcos) en función de la frecuencia (compárese con la tabla que precede). Han sido eliminados un par de temas unidos entre sí con la frecuencia 7 pero sin conexión con el resto del grafo.

Nótese la presencia de Argentina, más ligada a temas que los demás países que aún permanecen en la red (Brasil y Costa Rica), a pesar de que España y México son individualmente más frecuentes: para esos dos países (o nacionalidades) los temas asociados son más variados y, por lo tanto, las coocurrencias menores.

Varios otros aspectos pueden notarse, aunque recordando siempre que las frecuencias son bajas, como el interés por la educación en Canarias (Gráfico 3) o la ética en la comunicación.

4.4. Observaciones

Uno de los problemas detectados es el aparente desconocimiento por muchos autores de las reglas bibliotecológicas que rigen la elección y formulación de descriptores (palabras clave) como, por ejemplo, el no usar plurales salvo en nombres propios y en algunas expresiones

consagradas (como «nuevas tecnologías»), evitar palabras repetidas, etc.

Algunos autores han incluido en sus palabras clave términos como «Investigación» o, como lo hemos hecho también aquí, «Análisis de contenido», lo cual no ha sido una práctica común. No nos parece obvio que el tipo de trabajo o la metodología utilizada deban mencionarse en las palabras clave, pero la ausencia de una norma y de una nomenclatura preestablecida no facilita una solución.

Otro problema es la falta de normalización de las palabras clave utilizadas, ya que son inventadas por los autores, lo cual lleva a una importante dispersión semántica. Era probablemente muy difícil establecer un listado tipo antes de poner en marcha la revista y las palabras clave se agregaron ya avanzada su publicación, aunque no en toda su historia. Gracias a la presente investigación, sería posible avanzar eventualmente hacia una normalización, sea utilizando una mera Lista de Autoridades sea un Tesaurus (lo cual es más complejo), donde los autores o editores podrían escoger los términos, pero ello depende obviamente de una decisión editorial.

5. Conclusión

El proyecto original contemplaba solamente el análisis de las palabras clave, pero el número de artículos que no contaba con ellas resultó ser demasiado alto para ignorar éstos. Por ello utilizamos los títulos en los casos en que no había palabras clave, prefiriendo esta fuente mixta al uso exclusivo de los títulos, menos detallados y menos precisos.

Como era de esperar, los resultados indican que los artículos publicados son altamente coherentes con los objetivos de la revista. Los cuatro temas más genéricos son los más frecuentes, cubriendo el 30% de los términos definitorios utilizados por los autores. Aunque podría parecer obvio que se destaquen de este modo, también se podría estimar que indican una tendencia demasiado elevada de los autores por incluir términos que poco precisan.

En síntesis, en los once años transcurridos, la atención se ha dirigido principalmente hacia la prensa y el periodismo, la televisión y las nuevas tecnologías digitales (Internet). También ha habido un

interesante grupo de artículos relativos a la expresión gráfica. Se destacan España, Argentina y México como los países más aludidos siendo, probablemente, los países de donde se han recibido más artículos.

Bibliografía

- Borgatti, S.P., 2002: *NetDraw: Graph Visualization Software*, Harvard: Analytic Technologies.
- Colle, R., 2005: *Anatex 3.0, Software de análisis de coocurrencias para plataforma LAMP (Linux-Apache-MySQL-PHP)*, Santiago de Chile: Ver detalles en <http://sites.google.com/site/colle/Home/anatex>
- 2002: *Explotar la información noticiosa*, Madrid: Universidad Complutense, Depto. De Biblioteconomía y Documentación.
- Dürsteler, J. C., 2004: «Mapas conceptuales», en *Infovisnet* mensaje 141, http://www.infovis.net/Revista/num_141
- Gaines, B. & Shaw, M.: *Concept Maps as Hypermedia Components*, Calgary: University of Calgary, <http://ksi.cpsc.ucalgary.ca/articles/ConceptMaps/>
- García Gutiérrez., A., 1990: *Estructura lingüística de la documentación*, Murcia: Ed.Universidad de Murcia.
- Harley, T. A. (2008). *Word meaning*, East Sussex, UK: Psychology Press.
- Kleinnijenhuis, J., 2007: *Semantic network analysis: old ideas and new means to master the information society*, Universidad de Amsterdam, http://www.ictonderzoek.net/3/assets/File/SIREN%202008/SIREN2008_Kleinnijenhuis.pdf
- Litkowski, K. & McTavish, D., 2001: *Minnesota Contextual Content Analysis system*, <http://www.clres.com/cata/>
- López, F., 2002: «El análisis de contenido como método de investigación», en *XXI. Revista de Educación*, 2002, n.4, 167-180.
- Marzal, M.A. y Moreira, J.A., 2001: «Modelos teóricos y elementos funcionales para el análisis de contenido documental: definición

- y tendencias», en *Investigación bibliotecológica*, n.15, (31), 125-162.
- Neuendorf, K.A., 2002: *The Content Analysis Guidebook*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.
- Piñuel, J.L., 2002: «Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido», en *Estudios de Sociolingüística* 3(1), pp. 1-42, <http://personales.jet.es/pinuel.raigada/A.Contenido.pdf>
- Poibeau, T. & Dutoit, D., 2002: «Inferring knowledge from a large semantic network», Proceeding of the Semantic networks workshop, during the Computational Linguistics Conference (COLING 2002), Taipei, Taiwan.
- West, M. D. (ed.), 2001: *Theory, Method, and Practice in Computer Content Analysis*. (Progress in *Communication Sciences*, Volume 16). Westport, CT/London: Ablex Publishing.

Anexo 1: Diccionario

Argentina = Argentina, argentinos

audiovisual = audiovisual

Brasil = Brasil, Brazil

Canarias = Canarias, canario, canarios

ciber = ciber, cibercultura, cibermedios, cibernética, ciberperiodismo, ciberusuarios

ciencia = ciencia, ciencias, científica, científico, científicos

cine = cine, cinefilia, cinematografía, cinematográfica, cinematográficas, cinematográfico, fílmico, filmografía

comunicación = comunicación, comunicacional, comunicaciones, comunicar, comunicativa, comunicativo, comunicativos

comunicador = comunicador, comunicadora, comunicadores, comunicólogos, informadores

Costa-Rica = Costa-Rica, costarricense, costarricenses

Cuba = Cuba

cultura = cultura, cultural, culturales, culturas

democracia = democracia, demócratas, democrática, democrático,

democratización

desarrollo = desarrollo

digital = digital, digitales, digitalización

discurso = discursiva, discursivas, discurso

economía = economía, económica, económico

edición = edición, ediciones

educación = docencia, educación, educar, educativa, educativo, enseñanza, escolar, escolares, estudiantes, formación, profesor, profesorado

El-País = El-País

elección = elección, elecciones, electoral, electorales

España = España, español, española, españoles

Estados-Unidos = EEUU, Estados-Unidos, USA

ética = deontología, deontológicos, ética, Etica, éticos, valor, valorativa, valores

fotografía = fotografía, fotográfica, fotógrafos, foto, fotos

global = global, globalidad, globalización

gráfica = dibujo, gráfica, gráfico, gráficos, grafismo, grafistas

guerra = guerra

hipermedia = hipermedia, hipermedial, hipermedio, hipertexto, hipertextual

historia = historia, histórica, históricas, histórico, históricos

iconografía = iconicidad, icónico, icónico-verbal, icónicos, iconografía, iconográfico, ideografía, imagen, imágenes

identidad = identidad, identidades, identificación

industria = industria, industrial, industrializados

infografía = infografía, infográficos, infoperiodismo, megagráficos, megainfografía

información = información, informativa, informativas, informativo, informativos

informática = computador, informática, ordenador

internet = en-línea, enlínea, internet, Internet2, on-line, red
investigación = investigación
local = local
medio = media, medias, mediática, mediático, mediáticos, medio,
medio-portal, medios
mensaje = mensaje, mensajes
Metro-Golwyn-Mayer = Metro-Golwyn-Mayer
México = mexicana, mexicanos, México, Mexico
noticia = noticia, noticias, noticieros, noticioso
nuevo = nueva, nuevas, nuevo, nuevos
periodismo = fotoperiodismo, periodismo, periodista, periodistas
política = política, políticas, político, políticos
prensa = diario, diarios, imprenta, impreso, impresos, periódicos,
periodística, periodístico, prensa, publicaciones, revista, revistas,
semanario
propaganda = propaganda, propagandistas, propagandístico
publicidad = publicidad, publicitaria, publicitario
público = pública, públicas, público, públicos
radio = radio, radiofónico, radiofónicas, radiofónico
social = social, sociales
tecnología = tecnología, tecnologías, tecnológica, tecnológico,
tecnológicos
televisión = televisión, televisivas, televisivo, televisivos, televisoras,
televisual, TV
teoría = teoría, teorías, teórica
Venezuela = venezolana, venezolano, venezolanos, Venezuela

Anexo 2: Porcentajes de artículos por tema y años

Tema	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	2008	Tot.
Argentina	6,3	5,5	13,0	4,4	1,2	0,0	3,4	6,9	5,0	0,0	9,5	6,2
audiovisual	4,2	5,5	2,7	0,0	1,2	2,7	0,0	0,0	5,0	5,0	11,9	3,4
Brasil	2,1	4,1	0,7	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0	5,0	0,0	4,8	1,8
Canarias	6,3	0,0	0,7	0,0	4,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,4	1,9
cíber	0,0	0,7	0,7	1,1	0,0	0,0	0,0	3,4	25	0,0	42,9	3,4
ciencia	2,1	4,8	4,8	5,5	4,8	5,4	0,0	6,9	0,0	10,0	7,1	4,4
cine	6,9	9,6	6,8	2,2	2,4	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	16,7	5,8
comunicación	25,7	20,5	17,8	22,0	17,9	13,5	10,3	37,9	55	45,0	138,1*	28,6
comunicador	0,7	0,0	0,7	2,2	2,4	0,0	0,0	3,4	0,0	0,0	2,4	1,0
Costa Rica	2,1	4,8	4,1	2,2	6,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,9
Cuba	1,4	1,4	1,4	0,0	1,2	0,0	0,0	3,4	0,0	0,0	2,4	1,1
cultura	2,8	6,2	5,5	5,5	6,0	2,7	0,0	3,4	0,0	20,0	14,3	5,5
democracia	0,7	2,1	3,4	1,1	2,4	2,7	0,0	3,4	10	0,0	11,9	2,7
desarrollo	4,2	0,0	0,7	0,0	0,0	5,4	0,0	0,0	0,0	5,0	0,0	1,3
digital	0,0	3,4	8,2	1,1	3,6	0,0	0,0	6,9	25	20,0	50,0	6,7
discurso	2,1	0,7	0,7	1,1	1,2	5,4	6,9	0,0	10	0,0	16,7	2,5
economía	0,7	2,1	0,7	2,2	0,0	2,7	0,0	0,0	5,0	5,0	9,5	1,8
edición	2,1	1,4	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,8	1,0
educación	11,1	4,1	6,8	4,4	2,4	0,0	6,9	6,9	0,0	20,0	16,7	6,7
<i>El País</i>	3,5	0,7	0,7	1,1	1,2	2,7	3,4	3,4	0,0	0,0	4,8	1,8
elección	1,4	0,7	5,5	3,3	1,2	2,7	6,9	0,0	10	5,0	9,5	3,2
España	7,6	7,5	7,5	4,4	4,8	5,4	6,9	6,9	20	15,0	38,1	8,9
EEUU	0,0	4,1	1,4	0,0	0,0	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1
ética	2,1	2,7	8,2	4,4	3,6	2,7	6,9	3,4	25	15,0	28,6	6,3
fotografía	2,1	2,7	5,5	0,0	0,0	2,7	0,0	0,0	5,0	0,0	11,9	2,8
global	1,4	5,5	4,8	4,4	3,6	2,7	3,4	3,4	15	5,0	16,7	4,8
gráfica	3,5	1,4	4,8	0,0	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,1	2,4
guerra	4,2	4,8	2,1	1,1	2,4	2,7	0,0	0,0	0,0	5,0	2,4	2,8
hipermedia	2,1	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	3,4	0,0	0,0	0,0	7,1	1,4

historia	4,2	2,1	2,7	7,7	1,2	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	9,5	3,3
iconografía	2,8	6,2	6,8	5,5	3,6	0,0	3,4	3,4	5,0	0,0	14,3	5,1
identidad	0,0	2,7	0,7	2,2	0,0	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	2,4	1,1
industria	1,4	2,1	0,0	0,0	1,2	0,0	0,0	3,4	0,0	0,0	2,4	1,0
infografía	7,6	5,5	2,7	0,0	1,2	5,4	3,4	3,4	0,0	0,0	4,8	3,8
información	16,0	13,0	9,6	11,0	14,3	10,8	13,8	6,9	35	30,0	78,6	17,0
informática	2,1	0,7	0,7	0,0	0,0	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8
internet	0,7	8,2	17,8	6,6	8,3	8,1	6,9	6,9	30	25,0	57,1	11,9
investigación	3,5	5,5	2,7	2,2	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0	2,4	3,4
local	3,5	2,1	6,2	3,3	3,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,4	3,0
medio	9,7	9,6	10,3	11,0	14,3	8,1	10,3	3,4	40	25,0	73,8	14,7
mensaje	0,0	3,4	0,7	4,4	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,8	1,6
México	3,5	3,4	9,6	12,1	3,6	0,0	0,0	3,4	0,0	10,0	2,4	5,3
noticia	0,0	0,7	2,1	0,0	3,6	2,7	0,0	0,0	5,0	0,0	9,5	1,6
nuevo	8,3	8,9	2,7	4,4	4,8	13,5	17,2	10,3	5,0	15,0	14,3	7,6
periodismo	24,3	17,1	25,3	24,2	17,9	13,5	13,8	10,3	45	35,0	102,4*	26,0
política	4,2	2,7	6,8	8,8	2,4	10,8	6,9	10,3	25	15,0	42,9	8,2
prensa	22,2	25,3	17,1	11,0	21,4	10,8	13,8	17,2	30	15,0	83,3	22,7
propaganda	2,8	0,0	0,7	0,0	2,4	8,1	3,4	0,0	5,0	5,0	7,1	2,0
publicidad	3,5	0,7	7,5	3,3	7,1	2,7	0,0	0,0	0,0	5,0	54,8	6,5
público	2,8	6,8	3,4	3,3	3,6	5,4	3,4	3,4	5,0	30,0	19,0	5,6
radio	10,4	2,7	2,1	2,2	0,0	2,7	3,4	0,0	0,0	20,0	2,4	3,9
social	2,8	4,1	3,4	1,1	6,0	10,8	6,9	20,7	5,0	10,0	33,3	6,3
tecnología	9,0	9,6	2,1	3,3	4,8	0,0	3,4	6,9	25	10,0	33,3	7,7
televisión	18,1	12,3	15,1	5,5	4,8	0,0	10,3	3,4	25	40,0	50,0	14,3
teoría	2,8	0,0	0,0	0,0	1,2	2,7	3,4	0,0	5,0	10,0	7,1	1,3
Venezuela	3,5	2,1	0,7	0,0	1,2	5,4	6,9	0,0	5,0	0,0	4,8	2,2
web	0,0	3,4	4,1	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,4	1,6

* Por efecto de agregación de términos en los campos conceptuales, es perfectamente posible que le total sea superior a 100.

Anexo 3. Coocurrencias (Frecuencias >1)

comunicación medio	49	audiovisual nuevo	7
comunicación información	32	comunicación cultura	7
comunicación periodismo	27	comunicación global	7
cíber internet	26	comunicación local	7
comunicación política	22	cultura información	7
comunicación prensa	22	cultura prensa	7
España prensa	22	digital periodismo	7
comunicación tecnología	20	digital televisión	7
audiovisual comunicación	17	educación periodismo	7
Argentina medio	16	gráfica infografía	7
ciber periodismo	16	infografía periodismo	7
comunicación ética	15	información México	7
comunicación nuevo	15	Argentina ética	6
comunicación social	15	Argentina política	6
España televisión	14	audiovisual digital	6
ciencia periodismo	13	ciber global	6
comunicación público	13	ciber información	6
ciber digital	12	ciber prensa	6
comunicación publicidad	12	ciencia comunicación	6
El-País prensa	12	cultura periodismo	6
comunicación educación	11	digital prensa	6
comunicación internet	11	discurso elección	6
digital internet	11	discurso política	6
información periodismo	11	<i>El-País</i> España	6
Argentina comunicación	10	global información	6
audiovisual televisión	10	gráfica prensa	6
comunicación digital	10	internet periodismo	6
comunicación investigación	10	nuevo tecnología	6
información prensa	10	periodismo prensa	6
Argentina televisión	9	Argentina global	5
ciencia información	9	Canarias educación	5
Argentina prensa	8	ciber comunicación	5
Brasil comunicación	8	ciencia España	5
comunicación Costa-Rica	8	ciencia tecnología	5
elección México	8	comunicación democracia	5
gráfica publicidad	8	comunicación España	5
Argentina periodismo	7	comunicación iconografía	5
audiovisual información	7	cultura tecnología	5

digital nuevo	5	fotografía historia	4
elección público	5	global local	4
España periodismo	5	gráfica periodismo	4
fotografía iconografía	5	historia prensa	4
fotografía periodismo	5	iconografía mensaje	4
historia periodismo	5	México prensa	4
iconografía infografía	5	política televisión	4
investigación periodismo	5	público televisión	4
Argentina cultura	4	Argentina discurso	3
Argentina investigación	4	Argentina economía	3
Argentina social	4	Argentina educación	3
audiovisual cine	4	Argentina nuevo	3
audiovisual política	4	Argentina tecnología	3
Brasil televisión	4	audiovisual cultura	3
Canarias cine	4	audiovisual democracia	3
Canarias medio	4	audiovisual España	3
Canarias periodismo	4	audiovisual medio	3
Canarias prensa	4	Brasil teoría	3
ciber medio	4	Canarias publicidad	3
ciber nuevo	4	Canarias televisión	3
ciber tecnología	4	ciencia ética	3
ciencia educación	4	ciencia internet	3
comunicación televisión	4	ciencia medio	3
Costa-Rica información	4	cine guerra	3
Costa-Rica prensa	4	cine historia	3
cultura digital	4	comunicación desarrollo	3
democracia social	4	comunicación economía	3
digital medio	4	comunicación fotografía	3
digital radio	4	comunicación gráfica	3
educación ética	4	comunicación historia	3
educación internet	4	comunicación México	3
educación México	4	comunicación noticia	3
educación televisión	4	comunicación Venezuela	3
<i>El-País</i> periodismo	4	comunicador España	3
España ética	4	comunicador social	3
ética medio	4	Cuba guerra	3
ética periodismo	4	cultura global	3
ética prensa	4	democracia información	3

democracia periodismo	3	Canarias noticia	2
digital tecnología	3	Canarias radio	2
discurso propaganda	3	ciber ética	2
discurso Venezuela	3	ciencia historia	2
economía política	3	ciencia política	2
educación radio	3	ciencia prensa	2
educación social	3	ciencia público	2
educación tecnología	3	cine Estados-Unidos	2
El-País política	3	cine industria	2
elección política	3	cine periodismo	2
elección televisión	3	cine televisión	2
España guerra	3	comunicación elección	2
España internet	3	comunicación industria	2
España social	3	comunicación teoría	2
fotografía información	3	comunicador México	2
guerra medio	3	comunicador periodismo	2
guerra propaganda	3	comunicador público	2
iconografía prensa	3	Costa-Rica educación	2
información local	3	Costa-Rica local	2
información medio	3	Costa-Rica televisión	2
información política	3	Cuba España	2
información radio	3	Cuba Estados-Unidos	2
internet web	3	Cuba información	2
medio televisión	3	Cuba periodismo	2
mensaje publicidad	3	Cuba prensa	2
nuevo periodismo	3	Cuba social	2
Argentina cine	2	cultura hipermedia	2
Argentina democracia	2	cultura identidad	2
Argentina identidad	2	cultura internet	2
Argentina infografía	2	cultura medio	2
Argentina internet	2	cultura público	2
audiovisual economía	2	cultura social	2
audiovisual iconografía	2	democracia España	2
audiovisual periodismo	2	democracia México	2
audiovisual tecnología	2	democracia política	2
Canarias comunicación	2	democracia público	2
Canarias España	2	desarrollo periodismo	2
Canarias guerra	2	desarrollo prensa	2

digital edición	2	hipermedia internet	2
digital educación	2	iconografía periodismo	2
digital ética	2	iconografía política	2
digital global	2	infografía prensa	2
digital información	2	información internet	2
discurso información	2	información nuevo	2
economía prensa	2	información tecnología	2
edición información	2	internet medio	2
El-País elección	2	internet propaganda	2
El-País público	2	medio social	2
ética iconografía	2	medio Venezuela	2
ética internet	2	México radio	2
ética México	2	México televisión	2
ética publicidad	2	noticia periodismo	2
fotografía gráfica	2	nuevo radio	2
fotografía Venezuela	2	nuevo social	2
global periodismo	2	periodismo política	2
global prensa	2	política público	2
gráfica web	2	publicidad televisión	2

La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas

Manuel Martínez Nicolás – Enric Saperas Lapiedra – Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación (GEAC) - Universidad Rey Juan Carlos (URJC)- manuel.martinez.nicolas@urjc.es - enric.saperas@urjc.es

1. El contexto institucional de la investigación sobre comunicación en España¹²

La emergencia de la investigación sobre comunicación como ámbito de interés científico en España se remonta no mucho más allá de la década de los setenta del siglo pasado, impulsada por la institucionalización universitaria de estos estudios¹³. A comienzos de esa década se crean las primeras facultades de Ciencias de la Información en las universidades Complutense de Madrid, Autónoma de Barcelona y de Navarra –esta última de carácter privado, propiedad de la congregación religiosa Opus Dei–, a las que se agregaría pronto, a inicios de los ochenta, la Universidad del País Vasco. Las facultades de Ciencias de la Información –que ya en los noventa irán mudando su denominación hacia la actualmente generalizada de Ciencias de la Comunicación, o simplemente

¹² Agradecemos a la profesora María Luisa Humanes la colaboración que ha prestado a los autores en la elaboración de la ficha de codificación, y en el diseño de la base de datos y la explotación estadística de la misma. Una primera versión de este trabajo fue presentada en la *VII Bienal Iberoamericana de la Comunicación* celebrada del 22 al 25 de septiembre de 2009 en Chihuahua (México), y publicada en las actas del citado congreso con el título de "Diez años de investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas".

¹³ En esta sección recopilamos algunos argumentos que se encuentran desarrollados con mayor detalle en Martínez Nicolás, 2006 y 2008b.

Comunicación— surgen con el propósito inmediato de sustituir a las antiguas escuelas oficiales (de Periodismo, Publicidad, Cinematografía y Televisión), encargadas hasta entonces de la formación de los profesionales de los distintos sectores de la comunicación.

Este nuevo contexto institucional de la enseñanza de la comunicación —centros universitarios, y no ya escuelas profesionales— permite el arranque en España de una investigación sobre comunicación realizada con criterios científicos y abierta a las líneas de trabajo internacionales. Comenzaba a superarse así no sólo el retraso acumulado por la investigación española con respecto a aquellos ámbitos académicos con los que cabe establecer comparaciones (Estados Unidos, por supuesto; pero también los países del occidente europeo y América Latina), sino, muy principalmente, las actitudes dogmáticas y autárquicas que propiciaron en los decenios precedentes desvaríos tales como aquella doctrina española de la información de inspiración fascista (Moragas, 1981: 224-225).

Si las nuevas facultades constituyeron un marco institucional adecuado para el despliegue de la investigación comunicativa española fue, en primer lugar, porque disfrutaban de mayor autonomía intelectual y organizativa que las antiguas escuelas oficiales, pudiendo así desligarse de la estricta orientación doctrinal impuesta a aquéllas por el régimen dictatorial entonces vigente. Pero sobre todo porque esos centros universitarios ofrecían, por vez primera, una auténtica estructura de oportunidades para la profesionalización académica mediante una serie de mecanismos institucionales de ingreso y promoción que implican necesariamente acreditar una cierta dedicación y capacidad investigadora (tesis doctorales, ejercicios para el acceso a plazas de profesorado estable o para ascender en el escalafón universitario, etc.). El impulso de este nuevo marco institucional explica en buena medida el surgimiento en España de la investigación sobre comunicación como campo científico a comienzos de los setenta.

Con la consolidación de la democracia en la década de los ochenta se clausura el largo periodo de autarquía, ensimismamiento y cerrazón del régimen dictatorial franquista, y España va abriéndose paulatinamente al espíritu del tiempo en todos los órdenes de la vida,

político, social, económico, y también, por supuesto, comunicativo. Occidente empieza a vivir entonces eso que a finales de la década se experimenta ya como una explosión de la comunicación (Breton y Proulx, 1989), y el sistema comunicativo heredado del franquismo queda subvertido en poco tiempo con el surgimiento de los primeros grupos multimedia (Prisa, Zeta, Godó, entre otros); la desregulación de la televisión y el paso a un régimen de competencia entre emisoras públicas (estatales y ahora también regionales) y privadas; o el crecimiento espectacular de las industrias publicitaria y de relaciones públicas aupadas por el desarrollo económico de esos años.

La efervescencia del sector comunicativo español en los ochenta va a tener repercusiones inmediatas sobre los propios estudios de comunicación al propiciar un cambio muy significativo en el contexto institucional en el que éstos irán desarrollándose a partir de entonces. El despegue de las industrias culturales conlleva un incesante incremento de la demanda de formación en las profesiones relacionadas con la comunicación, y eso genera a su vez una presión sobre las escasas facultades de Ciencias de la Información existentes, incapaces de absorber aquella demanda. Así, cuando la onda expansiva de la explosión del negocio de la comunicación alcance a los centros universitarios, el viejo *statu quo* institucional revienta para dar paso a una simétrica explosión de facultades que se prolonga en una primera andanada hasta mediados de los noventa.

A inicios de los ochenta, son cuatro las universidades españolas que ofrecen estudios de Comunicación (con las especialidades, entonces, de Periodismo, Imagen y Publicidad, que acabarán convertidas en titulaciones autónomas desde los primeros noventa), que siguen unos 2000 alumnos e imparten en torno a 500 profesores (Jones, 1988: 22). Transcurridos no más de quince años, son ya 20 los centros que incluyen esa oferta, 20.000 los estudiantes y unos 2000 los docentes. A los efectos de lo que estas nuevas condiciones institucionales suponen para la investigación comunicativa española, es éste último dato el que debemos retener prioritariamente, pues indica que la comunidad científica de investigadores de la comunicación, o potencialmente tales, se cuadruplica en España en un lapso de tres lustros, veinte años a lo sumo. Y con ello, obviamente, el volumen de la producción científica sobre comunicación. La evolución del número de tesis doctorales —el

ejercicio académico que marca el ingreso en la comunidad científica, como una especie de rito de paso— sobre comunicación defendidas en las universidades españolas entre 1960 y 1998 (Jones *et al.*, 2000: 23) indica claramente la situación: de las 1.541 tesis presentadas en ese periodo, el 94% corresponden a la década de los ochenta y hasta mediados de los noventa.

La explosión de facultades de este periodo, cuando de las cuatro originarias se llega a la veintena, continúa su expansión hasta alcanzar el estadio actual de inflación en la oferta de estudios de Comunicación en España. Los 20 centros, 20.000 alumnos y 2.000 profesores contabilizados hace no más de diez años se han duplicado en el decenio 1995-2005: a estas alturas son ya 44 las universidades españolas en las que se imparten, en conjunto, 113 titulaciones de Comunicación (Moragas, 2005: 1); y a día estricto de hoy probablemente haya que sumar ya algunas más. Carecemos de datos relativos al número de docentes en este último periodo, pero la duplicación de los centros universitarios con estudios de Comunicación ha reforzado la estructura de oportunidades institucionales para la profesionalización académica, por lo que en los últimos años la incorporación de nuevo profesorado, y miembros potenciales de la comunidad científica por tanto, ha debido continuar siendo masiva.

Debe pensarse, en consecuencia, que la investigación sobre comunicación en España ha entrado desde hace aproximadamente una década en una etapa de desarrollo desde su emergencia en los años setenta y su consolidación como campo de estudio a lo largo de los ochenta. El volumen actual de la producción académica en este ámbito, y la complejidad y diversidad interna que ha ido adquiriendo la comunidad científica, permiten inferir que estamos transitando en España por un camino de maduración de la investigación comunicativa. Las cauciones retóricas con las que decimos esto —debe pensarse, permiten inferir— quieren indicar un vacío de conocimiento que haríamos mal en rellenar acudiendo a impresiones intuitivas no sostenidas en datos o reduciendo lo que sabemos al respecto a los resultados de la mera contabilidad bibliométrica.

Porque madura o no madura, desarrollada o no, lo cierto es que los investigadores españoles de la comunicación no han dedicado

demasiados esfuerzos a reflexionar sobre sus intereses de conocimiento y prácticas científicas, sobre los saberes y aportaciones que generan o sobre las carencias que puedan aquejarles. Aunque recientemente parece haber resurgido el interés por investigar la investigación, no abundan en el ámbito académico español este tipo de trabajos de revisión¹⁴. Y, en todo caso, aquello de lo que disponemos apenas sí puede ser tenido, por lo general, como una crítica de la investigación, pues suele limitarse a la identificación de tópicos u objetos de estudio dejando al margen cualquier categoría analítica que permita valorar la calidad de los procedimientos de investigación utilizados, y con ello los resultados obtenidos.

2. Investigar la investigación: objetivos y método

El interés por conocer el estado de la investigación en cualquier campo de los saberes científicos debe ser tenido por un indicador de la madurez del mismo. Tanto más, decíamos, cuanto que ese esfuerzo no quede limitado a la mera descripción de lo que se hace sino que proponga una valoración crítica para determinar de algún modo la calidad de lo que se está haciendo. Con este propósito, el Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación (GEAC) de la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid) está desarrollando un proyecto para el estudio sistemático de la producción científica sobre comunicación en España, cuyos primeros resultados presentamos en este trabajo.

La fase inicial de este proyecto se apoya en tres decisiones que acotan el objeto y condicionan el método de investigación. En primer lugar, pareció conveniente comenzar por el análisis de la investigación publicada en las revistas científicas españolas especializadas en comunicación. Las revistas ocupan una posición en el sistema de difusión de los resultados científicos que justifica la opción tomada. Primero, porque en tanto que publicaciones periódicas constituyen el vehículo adecuado para la presentación de la investigación última, pues el lapso entre producción y publicación no suele demorarse en

¹⁴ Junto a los estudios pioneros de Moragas (1981, 1988, 1989 y 1990) y la atención continuada de Jones a esta cuestión (1994, 1997, 1998, 1999 y 2000), véanse entre los más recientes Martínez Nicolás, 2001, 2006, 2007 y 2008b; Díaz Noci, 2006; Xifra y Castillo, 2006; Almirón, 2007; Almirón y Reig, 2007; García Jiménez, 2007; y Humanes, 2007.

exceso. Son, por tanto, el indicador más fiable de las líneas de investigación abiertas, y allí se expresan de la manera más actualizada los intereses de conocimiento de la comunidad científica en un momento determinado.

Por otra parte, y respondiendo a su consideración de publicaciones científicas, las revistas arbitran unos procedimientos de selección y filtro de originales que garantizan *a priori* un nivel de calidad adecuado en los trabajos que difunden. Dicho de otro modo, los textos incluidos en este tipo de publicaciones debieran representar la buena investigación, aquella atendida exclusivamente a los criterios de rigor y validez científicos.

En segundo lugar, decidimos centrar el análisis en la etapa más reciente, aproximadamente entre mediados de la década de los noventa y mediados de la actual. Aparte del interés intrínseco que pueda tener el conocimiento de lo que se está haciendo en los últimos años, en ese periodo se produce en España, como apuntamos antes, la incorporación masiva de potenciales investigadores de la comunicación atraídos por el proceso de inflación en la oferta de estos estudios en la universidad española, de manera que un trabajo de las características del que planteamos puede ser útil para ir determinando el impacto que ese nuevo contexto institucional está teniendo sobre la investigación en este campo.

La tercera decisión, de índole metodológica, aconsejó empezar ese estudio sistemático de la investigación comunicativa española con un análisis de contenido cuantitativo en este primer acercamiento a los textos difundidos por las revistas. Se trata, ciertamente, de un procedimiento metodológico limitado para generar resultados valorativos sobre la investigación realizada¹⁵. Pero del mismo modo

¹⁵ De todos modos, por requerir de un estudio detallado y en profundidad de los corpus textuales sometidos a consideración, ese tipo de trabajo de valoración crítica es inviable de no centrarse exclusivamente en temas, campos o áreas concretas de investigación, y a cargo, obviamente, de especialistas con conocimientos amplios y actualizados sobre las distintas materias. Este ha sido precisamente el propósito de las contribuciones reunidas en Martínez Nicolás (coord.), 2008a, en donde se proponen *estados de la cuestión* valorativos sobre los estudios de audiencias y recepción (Javier Callejo), historia de la comunicación y del periodismo (Josep Lluís Gómez Mompert), comunicación política (José

consideramos que, para encaminar ese otro esfuerzo de revisión crítica, resultaría muy conveniente partir de una descripción amplia, fundamentada y contrastada de la investigación publicada. Y más aún si tenemos en cuenta que el análisis de contenido no deja de ser, en propiedad, una técnica fundamentada en el recuento (cuantitativo) de los juicios (cualitativos) de los analistas, de manera que cuanto más exigente sea el juicio requerido, más se acercarán los resultados obtenidos a aquel propósito valorativo.

Por esta razón, diseñamos una ficha de codificación que incluye hasta 40 variables muy extensa y detalladamente categorizadas con las que hemos recogido de cada uno de los artículos analizados, y entre otros datos, información relativa a la autoría y la adscripción institucional de los autores, el objeto de estudio, el tipo de investigación (teórico-metodológica o empírica), el ámbito disciplinar (ciencias sociales o humanidades), los recursos para la construcción de los marcos teóricos (teorías mencionadas, básicamente) y las técnicas de investigación empírica utilizadas y su modo de aplicación, en el caso de los textos con esta orientación¹⁶.

En este trabajo presentamos los resultados obtenidos del análisis de un conjunto de artículos publicados entre 1998 y 2007 por cuatro revistas españolas especializadas en investigación sobre comunicación: *Anàlisi* (Universidad Autónoma de Barcelona, editada desde 1980), *Comunicación y Sociedad* (Universidad de Navarra, desde 1988), *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (Universidad Complutense de Madrid, desde 1994) y *Zer* (Universidad del País Vasco, desde 1996)¹⁷. Se trata de revistas con una larga trayectoria, superior en todos los casos a una década, y aunque algunas fuesen creadas en los años noventa todas ellas son editadas por departamentos adscritos a las cuatro facultades de Ciencias de la Información/Comunicación pioneras en España (las fundadas en la década de los setenta).

Luis Dader), economía política de la comunicación (Francisco Sierra) y estudios sobre la profesión periodística (Félix Ortega).

¹⁶ Dada la extensión de la ficha de codificación, en el anexo final a este texto indicamos sólo el conjunto de variables incluidas, sin especificar más que el número de las categorías contenidas en cada una de ellas.

¹⁷ La denominación completa de la primera es *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*; y la de la última *Zer. Revista de estudios de comunicació / Komunikazio ikasketen aldizkaria*.

Representan, por tanto, algo así como la tradición más consolidada en el esfuerzo por difundir los resultados de la investigación sobre comunicación en España.

Estas revistas suelen ocupar posiciones destacadas en los distintos índices de impacto de las publicaciones científicas sobre comunicación en España (el Índice de Revistas Españolas de Ciencias Sociales –In-RECS–, producido por la Universidad de Granada; y el de Revistas Españolas de Ciencias Sociales y Humanidades –RESH–, del Consejo Superior de Investigaciones Científicas). Si nos atenemos a la alta posición de que suelen disfrutar en la jerarquía que establecen tales índices, y al hecho de que ocupan también los primeros lugares en la apreciación de los propios investigadores (Giménez Toledo y Alcain, 2006: 116), es de suponer que los criterios de selección de originales que aplican estas revistas garanticen que de ellas podamos obtener uno de los *corpus* más significativos y relevantes de la investigación sobre comunicación en España.

Para el periodo que abarca el análisis (1998-2007), y en esta primera fase del proyecto, optamos por la elaboración no de una muestra en sentido estricto, sino por lo que debe ser considerado una especie de cata o sondeo de ese decenio mediante su fragmentación en dos lustros y la selección, para cada uno de ellos, de los números publicados por estas cuatro revistas en los años inicial y final de los mismos. Siguiendo este procedimiento, el *corpus* textual resultante incluye 287 artículos publicados en 1998, 2002, 2003 y 2007¹⁸, correspondientes a los volúmenes y según la distribución por revistas y años que se recogen la tabla 1¹⁹.

¹⁸ La ficha de codificación fue aplicada, no obstante, a 285 textos, ya que las limitaciones lingüísticas de los autores obligaron a excluir momentáneamente dos artículos publicados en euskera en los número 5 (1998) y 15 (2003) de la revista *Zer*. Los textos incluidos en el *corpus* publicados en catalán por *Anàlisi*, (frecuentemente) y en inglés por *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (número 13, 2007) y por *Zer* (número 4, 1998), sí fueron analizados.

¹⁹ Para la segunda fase de este proyecto, actualmente en proceso de codificación, se ha ampliado el número de publicaciones científicas con la inclusión de *Revista Latina de Comunicación Social*, y, sobre todo, el periodo de análisis para abarcar los últimos 15 años, entre 1996 y 2009, incorporando a la cata o sondeo los años 1996, 2000, 2005 y 2009. Este diseño muestral, que traza una línea divisoria en 2002 (hasta ese año y después del mismo), deberá

Tabla 1 CORPUS PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO						
Año		Análisi	Comunicación y Sociedad	Estudios del Mensaje Periodístico	Zer	Artículos por año
1998	Volumen	22	11(1) y 11 (2)	4	4 y 5	60
	Artículos	7	14	12	27	
2002	Volumen	28 y 29	15 (1) y 15 (2)	8	12 y 13	75
	Artículos	20	11	23	21	
2003	Volumen	30	16 (1) y 16 (2)	9	14 y 15	65
	Artículos	12	11	20	22	
2007	Volumen	35	20 (1) y 20 (2)	13	22 y 23	87
	Artículos	12	12	30	33	
Artículos por revista		51	48	85	103	287

Los datos relativos a este *corpus* de artículos fueron registrados, como ya dijimos, mediante una ficha de codificación que incluye 40 variables relativas a distintos elementos del contenido de los textos, aunque esta primera aproximación a los resultados vaya a ser más modesta o limitada que la que se plantea para el conjunto del proyecto de la que forma parte. Con respecto a la investigación sobre comunicación publicada en el último decenio por las revistas científicas españolas seleccionadas, aquí pretendemos dar cuenta específicamente de tres cuestiones, relativas a la *autoría* de esos trabajos, los *objetos de estudio* que se abordan en ellos y la *orientación teórico-metodológica* de los mismos.

La pregunta por la *autoría* debe permitirnos determinar la adscripción institucional de los investigadores sobre comunicación que publican en estas revistas, entendiendo por tal la ubicación de las

permitirnos comprobar empíricamente, entre otras cuestiones, el impacto que en la investigación comunicativa española haya podido tener eso que Soriano (2008) ha denominado tan sugerentemente como *efecto ANECA*.

universidades o institutos de investigación en los que trabajan (españoles, de otros países europeos, latinoamericanos u otros), y, en el caso de quienes lo hagan en centros españoles, su carácter público o privado. Este dato será incluido aquí de manera meramente constatativa, ya que para el propósito de conocer el estado actual de la investigación española sobre comunicación pareció conveniente restringir los resultados sobre las otras dos cuestiones (objetos de estudio y orientación teórico-metodológica) a aquellos casos, que obviamente son muy mayoritarios, en los que los firmantes se hallen adscritos a universidades u otras instituciones de investigación radicadas en España.

A pesar de la aparente concreción de lo que se busca conocer con ella, la pregunta relativa al *objeto de estudio* que se aborda en un texto presenta unas enormes dificultades en su operativización para un análisis cuantitativo. No en vano, la disparidad, y en ocasiones la inadecuación, de las categorías analíticas utilizadas en muchos de los estudios previos limita la validez de sus resultados simplemente porque resulta difícil obtener una respuesta clara a aquella aparentemente sencilla, insistimos, pregunta. En este asunto, además, suelen pasarse por alto casi todas las prescripciones metodológicas referidas a la adecuada categorización de las variables, y no es extraño encontrar sistemas categoriales no sólo no exhaustivos, sino decididamente no excluyentes e incoherentes. Esto no es más que el índice de una dificultad cierta.

Para evitar en lo posible estos riesgos, se decidió recurrir a una aproximación múltiple a partir de cuatro variables (las variables 28 a 31 de la ficha de codificación; véase el anexo), aunque aquí aportaremos resultados sólo sobre dos de ellas: la relativa a lo que hemos denominado *ámbito mediático o profesional* del que se ocupa un determinado artículo, y aquella otra en la que se pregunta por el *objeto de estudio específico* dentro de ese ámbito. En la primera variable se incluyeron 48 categorías —esto es, 48 opciones de clasificación para los textos analizados—, buscando, evidentemente, una exhaustividad adecuada. La segunda contiene siete categorías sustantivas (profesionales, empresas, contenidos, tecnologías, audiencias y recepción, efectos e influencia, e investigación de la comunicación), y permiten, a diferencia de aquélla, la respuesta múltiple en previsión de

artículos que traten objetos que puedan ser clasificados simultáneamente en diferentes categorías.

El análisis busca conocer también la *orientación teórico-metodológica* de los trabajos publicados, algo que aquí vamos a ceñir a dos indicadores: el *tipo de investigación* (entendiendo por tal si se trata de trabajos teórico-conceptuales, metodológicos o empíricos); y las *técnicas de investigación empírica* utilizadas en los textos que tuvieran este carácter (encuesta, análisis de contenido, grupos de discusión, métodos biográficos, datos secundarios, etc.). La codificación de los 285 artículos finalmente incluidos en el *corpus* fue realizada por los autores de este trabajo una vez distribuido a partes iguales observando el criterio de que ambos registrasen datos de las cuatro revistas y de los cuatro años estudiados. Dicho de otro modo, se ha evitado que un único codificador produjese los datos de una de las revistas o de uno de los años, procurando así que los posibles sesgos en el juicio de los analistas recayesen enteramente sobre una revista o un año determinados.

3. Características de la investigación publicada en las revistas especializadas

Autoría de la investigación

En el periodo analizado (1998-2007), las revistas científicas especializadas en comunicación incluidas en este estudio (recordamos: *Anàlisi, Comunicació y Societat, Estudios sobre el Mensaje Periodístico* y *Zer*) han publicado muy mayoritariamente textos firmados por autores adscritos a instituciones de investigación españolas, especialmente universidades (ocho de cada diez) y, dentro de ellas, particularmente universidades públicas. La distribución obtenida para ese periodo en el conjunto de las revistas viene a ser la siguiente (véase la tabla 2): de cada diez artículos publicados, seis corresponden a autores que trabajan en universidades públicas españolas, dos que lo hacen en universidades privadas también españolas y dos están firmados por investigadores pertenecientes a instituciones no españolas, con preferencia por las latinoamericanas.

Tabla 2
ADSCRIPCIÓN DE LOS AUTORES

	Número (T = 285)	Porcentaje
Universidades públicas españolas	179	62,8
Universidades privadas españolas	44	15,4
Centros de investigación públicos españoles	2	0,7
Centros de investigación privados españoles	2	0,7
Otros (españoles)	8	2,8
Artículos con autores de instituciones españolas	235	82,4
Universidades o centros de investigación latinoamericanos	36	12,7
Universidades o centros de investigación europeos	8	2,8
Universidades o centros de investigación de Estados Unidos	2	0,7
Otros (no españoles)	4	1,4
Artículos con autores de instituciones no españolas	50	17,6

A partir de estos resultados debemos destacar dos cuestiones. Primero, la escasa presencia de trabajos procedentes de América Latina (sólo el 36 de los 285 analizados, en torno a un 13%), cuando la comunidad de idioma debiera de entrada facilitar una penetración mayor en las revistas españolas de investigaciones sobre comunicación con origen en Latinoamérica. La apertura de estas revistas hacia la producción científica latinoamericana es escasa, como decimos, pero además suele estar condicionada, por lo general, a la existencia de una relación previa de formación (doctorados, maestrías, etc.) entre el autor y las universidades españolas, ya que gran parte de los artículos de autores adscritos en el momento de la publicación a universidades latinoamericanas corresponde de hecho a antiguos alumnos de los programas de doctorado o maestrías ofertadas en España, según consta habitualmente en las notas biográficas de muchos de los firmantes de estos textos.

Constatado el hecho, pensamos que de aquí no puede derivarse conclusión alguna acerca de la política editorial de las revistas españolas con respecto a la investigación latinoamericana, algo que únicamente podríamos valorar si conociésemos la proporción de originales latinoamericanos publicados sobre el total de las propuestas presentadas. Es decir: no puede descartarse que la escasa presencia de investigación sobre comunicación latinoamericana en las revistas españolas sea debida, simplemente, a la carencia de propuestas de publicación de esa procedencia.

Los datos recogidos en la tabla 2 indican también otra situación sobre la que debe reflexionarse con cuidado. La investigación con origen en universidades españolas constituye casi el 80% de la publicada en estas revistas; pero con una significativa desproporción entre los centros públicos y los privados: los autores adscritos a aquéllos son responsables de más del 60% de esa investigación, y los que trabajan en los de propiedad privada sólo del 15%. Ciertamente, son más las universidades públicas con oferta de estudios de Comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas) que las de titularidad privada: aproximadamente el doble (29 públicas por 16 privadas).

Sin embargo, es bien probable que el número de efectivos docentes, y por tanto de potenciales investigadores, no guarde esa misma proporción y sea más del doble en unas que en otras, ya que las universidades privadas ofertan menos de la mitad del total de las titulaciones de Comunicación que se imparten en España al concentrarse por lo general en aquellas con mayor demanda y, por tanto, con mayores posibilidades de rentabilidad económica.

En cualquier caso, y a falta de estos datos sobre el volumen de las plantillas de profesorado en las universidades públicas y privadas españolas, no parece que la distancia en potencial investigador entre ellas sea tanta como para generar una diferencia de 4 (universidad pública) a 1 (universidad privada) en la autoría de la investigación sobre comunicación publicada en España. Dicho de otro modo, todo apunta a que la producción científica de los investigadores que trabajan en centros universitarios privados no se correspondería con el potencial del que disponen esos centros, al menos por lo que respecta a las revistas y el periodo que analizamos aquí.

Es cierto que ese proceso de inflación de universidades con titulaciones de Comunicación que comentábamos más arriba, y que ha sido protagonizado básicamente por centros de carácter privado atraídos por la demanda de estos estudios, se ha desarrollado sostenidamente a lo largo de la última década, por lo que ese potencial investigador de que hablamos habrá ido generándose de una forma paulatina. Pero cuando se trata de explicar las razones de la distancia en la capacidad investigadora de universidades públicas y privadas, no deberíamos descartar factores relativos a las condiciones de trabajo en unas y otras —a mayor carga docente, menor disponibilidad de tiempo para la investigación, por ejemplo—, e incluso a la formación investigadora de un profesorado reclutado a marchas forzadas para aprovechar la onda expansiva de una demanda de estudios de Comunicación disparada en España en el último decenio.

Los objetos de estudio de la investigación española sobre Comunicación

Cualquiera que sea el campo científico de que se trate, la determinación de los objetos de estudio es uno de los aspectos más controvertidos en el análisis de la investigación por la resistencia que presenta a toda taxonomización cerrada, ya que su caracterización puede encabalgarse en categorías clasificatorias dispares. Una investigación sobre las rutinas de la producción periodística es un trabajo sobre periodismo tan del mismo modo como lo es otra sobre el tratamiento informativo de la inmigración, pero nadie sostendría que en ambos casos se aborda el mismo objeto de estudio. El sistema categorial establecido debe permitir, por tanto, reconocer aquello en lo que coinciden (el periodismo) y distinguir aquello en lo que difieren (uno estudia las rutinas, y otro los discursos elaborados).

Esta dificultad, como decíamos antes, no ha sido por lo general bien resuelta en los trabajos referidos a la investigación española sobre comunicación. Aquí optamos por responder a la cuestión relativa a qué se investiga planteando a los textos dos preguntas que apuntan al objeto de estudio que se aborda en ellos: una, referente a lo que hemos denominado *ámbito mediático o profesional* sobre el que se genera conocimiento; y otra, ahora sí, sobre el *objeto de estudio*

específico dentro de ese ámbito. Los datos obtenidos sobre la primera cuestión se recogen en la tabla 3.

Tabla 3			
ÁMBITO MEDIÁTICO O PROFESIONAL DE REFERENCIA			
		Número (T = 235)	Porcentaje
Periodismo o información periodística	Periodismo (en general)	43	18,3
	Prensa	55	23,5
	Televisión	6	2,6
	Radio	4	1,6
	Medios digitales	8	3,4
	Total	116	49,4
Comunicación audiovisual		40	17,0
Comunicación o comunicación mediática (en general)		20	8,5
Publicidad y marketing		18	7,6
Comunicación corporativa y relaciones públicas		12	5,1
Investigación de la comunicación		11	4,7
Internet, medios digitales y NTIC		7	3,0
Otro		11	4,7

Los resultados de esta tabla 3 corresponden de hecho a una reordenación de las 48 categorías temáticas incluidas en la ficha de codificación, y que resumimos de este modo para facilitar un primer acercamiento a los intereses de la comunidad científica española. Los datos indican que la investigación española sobre comunicación –al menos la publicada por estas cuatro revistas, y correspondiente a la última década– es, muy fundamentalmente, una investigación sobre periodismo, y de manera más particular sobre el periodismo o la

información periodística en la prensa. Los trabajos que se ocupan de cuestiones relacionadas con esta actividad son prácticamente la mitad (el 49,4%) de los analizados, y de ellos también la mitad (55 de esos 116) se centran en la prensa, y más específicamente en la prensa diaria (sólo en 4 de esos 55 se estudian medios de periodicidad no diaria).

Insistamos de otro modo en ese predominio en la investigación española de los estudios sobre *lo periodístico en la prensa*: cerca de la cuarta parte de los textos publicados, uno de cada cuatro, toma por objeto este ámbito mediático-profesional. Es significativa también la relativamente escasa atención investigadora al periodismo audiovisual (radio y televisión), que no representa en conjunto siquiera el 5% del total, y el interés comparativamente mayor por el periodismo que se hace en los medios digitales, que reúne más trabajos que los dedicados al radiofónico o al televisivo (el 3,4% de los artículos están dedicados al periodismo digital, frente al 2,6% y el 1,6% que lo están al televisivo y radiofónico, respectivamente).

Frente a esta centralidad de *lo periodístico*, el esfuerzo volcado en temas relacionados con la comunicación audiovisual, cualquier que sea el objeto de estudio concreto (desde los contenidos no informativos –ficción, entretenimiento, etc.– a las políticas públicas; desde la radio al cine o la fotografía); ese esfuerzo, decimos, representa sólo el 17% de los textos, si bien hay que destacar que los trabajos sobre cine suponen casi cinco puntos de ese porcentaje. Algo parecido sucede con los estudios sobre publicidad y marketing (aproximadamente el 8% del total); o sobre aquellos que abordan la comunicación corporativa e institucional y las relaciones públicas (alrededor del 5%); e incluso internet, las nuevas tecnologías y los medios basados en la digitalización (no más de un 5%).

Dejando al margen la categoría que hemos denominado "comunicación o comunicación mediática", reservada para aquellos textos dedicados a la comunicación o a los medios masivos sin especificar soporte o actividad, conviene destacar el relativamente elevado porcentaje de trabajos (en torno al 5%) dedicados a estudiar la propia investigación sobre comunicación, lo que quizá venga a confirmar aquella impresión que incluíamos al final del primer epígrafe acerca del resurgimiento reciente del interés en España por investigar la investigación.

Si nos preguntamos no ya por los *ámbitos mediático-profesionales* que atraen el interés de los investigadores, sino por los *objetos de estudio específicos* en relación con aquéllos, los resultados recogidos en la tabla 4²⁰ indican que en más de la mitad (en 125 de 235, el 53%) de los artículos publicados en este periodo se analiza algún aspecto relativo a los *contenidos* de la comunicación, prácticamente doblando en número de textos a las dos categorías que le siguen, los estudios centrados en los *profesionales* y en las *empresas* del sector de la comunicación, y muy lejos de las restantes.

Tabla 4: OBJETO DE ESTUDIO ESPECÍFICO		
	Número de artículos	Porcentaje (sobre 235)
Profesionales	65	27,7
Empresas	64	27,2
Contenidos	125	53,2
Tecnologías	9	3,8
Audiencias y recepción	25	10,6
Efectos e influencia	10	4,3
Investigación de la comunicación	11	4,7
Comunicación en general	3	1,3

Para la categoría temática denominada *contenidos*, en nuestra ficha de codificación hemos distinguido una serie de opciones distintas:

²⁰ Como ya señalamos en la sección metodológica de este trabajo, las categorías incluidas en la tabla 4 no son excluyentes, de modo que un mismo texto ha podido ser clasificado en varias de ellas si la investigación abordaba más de uno de estos objetos de estudio específicos, por lo general no más de dos. Por ejemplo, el artículo titulado "Les entrevistes científiques al diari *Avui*: anàlisi de la terminologia i prova de comprensibilitat" (*Anàlisi*, 29, 2002) admite simultáneamente una clasificación como investigación sobre *contenidos* (la terminología empleada en las entrevistas científicas) y sobre *audiencias y recepción* (la prueba de comprensibilidad que realizan los autores).

estudio de los discursos; de los lenguajes y los géneros; del diseño y los elementos formales de los productos comunicativos; o bien aspectos históricos o jurídicos relativos a estas diferentes categorías. Un análisis más detallado de esta categoría revela que el interés por los *contenidos* en la investigación española es básicamente un interés por el estudio de los *contenidos periodísticos*, que representan casi el 65% (78 de 125) de los artículos que tratan de algún aspecto (discurso, lenguajes, etc.) del mensaje de los medios.

Más aún, ese interés se concentra principalmente en la investigación de los *discursos informativos*; esto es, de la información periodística en cualquiera de sus soportes (prensa, radio, televisión o medios digitales), un tópico presente en cerca del 60% de los textos dedicados a contenidos periodísticos (44 de 78), y con una atención preferente por el análisis de la información difundida en la prensa (29 textos, dos de cada tres sobre discursos informativos).

Los trabajos sobre *profesionales* y sobre *empresas* tienen también una presencia relevante en la investigación española. La primera de estas categorías recoge en nuestro análisis todos aquellos textos que se planteen objetos tales como los procesos y la organización de la producción comunicativa; las prácticas, organizaciones y formación de los profesionales; cuestiones sobre ética y deontología; aspectos históricos y jurídicos de las profesiones; o los estudios centrados en la obra de determinadas personas, un tipo de trabajo bien implantado en la investigación española sobre los *profesionales* de la comunicación.

Las investigaciones centradas en las *empresas* atienden casi exclusivamente al análisis de la estructura, los mercados y la economía de la comunicación, y en menor medida a cuestiones tales como la organización y el funcionamiento de las empresas o las políticas y regulaciones que afectan al sector de la comunicación.

El resto de los objetos considerados, excepto quizá el relativo al estudio de las audiencias y los procesos de recepción, con una presencia no despreciable (algo más del 10% de los textos), no forma parte de los intereses de conocimiento consolidados entre los investigadores españoles de la comunicación, y eso debe mover a una cierta reflexión. Baste con apuntar de momento que dos de ellos, este mismo de las *audiencias/recepción* y el de los *efectos/influencia* de la comunicación han sido tradicionalmente campos de investigación

muy exigentes desde el punto de vista metodológico cuando son estudiados empíricamente, por lo que no puede descartarse que al desatenderlos estemos revelando carencias metodológicas importantes en la investigación española.

En definitiva, estos resultados permiten ir perfilando la hipótesis de que la reciente investigación sobre comunicación en España tiende a concentrarse muy básicamente en el estudio del *periodismo* (prácticamente la mitad de los trabajos analizados aborda cuestiones relativas a este ámbito mediático-profesional), y de forma más específica en el análisis de los *contenidos periodísticos* (la tercera parte de los textos incluidos en la muestra –78 de 235– se ocupa de estos temas). Y dentro del interés que suscita el estudio del mensaje periodístico, destaca el esfuerzo investigador en torno a los *discursos informativos* (la quinta parte de todos los artículos analizados), y particularmente los difundidos por la prensa, por encima de los correspondientes a la televisión, la radio o los medios digitales.

Esta preeminencia del periodismo en prensa y de la información periodística escrita como objeto de estudio probablemente sea consecuencia de algunas características singulares del contexto institucional en el que ejerce su trabajo la comunidad científica española dedicada a la investigación sobre comunicación. En primer lugar, la posición destacada que desde la fundación de las facultades de Ciencias de la Información a comienzos de los setenta ha tenido el periodismo y la formación de periodistas en los estudios de Comunicación en España. Aquellas facultades nacen, como ya comentamos, para sustituir a las antiguas escuelas profesionales, pero por impulso principal de las de Periodismo, cuyos integrantes comandarán ampliamente la transformación de aquéllas en facultades universitarias. Eso otorgará una especie de impronta periodística a estos centros, que sólo empezará a remitir con la institución de tres titulaciones autónomas –Periodismo, Comunicación Audiovisual, y Publicidad y Relaciones Públicas– en los primeros noventa.

Esa impronta periodística estará, además, muy escorada, justamente, hacia el periodismo escrito, tanto por la situación paupérrima de los medios audiovisuales en España hasta la década los ochenta como por la ingente inversión económica –estudios de

grabación, platós, equipos de grabación y edición de imágenes, etc.– que requiere la formación universitaria de profesionales del periodismo audiovisual. Estas circunstancias conspiran en favor del periodismo escrito, su enseñanza y su estudio científico, mientras la información audiovisual, y en general lo relativo a la Comunicación Audiovisual y a la Publicidad y las Relaciones Públicas, va abriéndose paulatinamente paso en los planes de estudio y ganando en consecuencia en fuerza docente e investigadora.

Esta situación comienza a cambiar a inicios de los noventa con la instauración de titulaciones específicas en estos campos, como decíamos. Pero será éste precisamente uno de los factores que alienten la inflación de estudios de Comunicación en el sistema universitario español desde mediados de la pasada década, y eso obligará a una incorporación masiva de profesorado –sobre todo en esos ámbitos entonces en expansión de la comunicación audiovisual, la publicidad, la comunicación corporativa o las relaciones públicas–, reclutado principalmente del sector profesional y carente, por lo general, de una formación científica sólida que habilite de manera inmediata para la investigación académica.

La propia inercia histórica y las coyunturas más actuales contribuirían, en consecuencia, a explicar ese decantamiento de la reciente investigación sobre comunicación en España hacia el periodismo en prensa y la información periodística escrita como objetos de estudio preferentes.

La orientación teórico-metodológica de la investigación sobre comunicación

Para conocer la orientación teórico-metodológica de los artículos publicados en las revistas especializadas en comunicación interrogamos a cada uno de los textos sobre dos cuestiones: el *tipo de investigación* de que se tratase, entendiendo por tal básicamente si eran trabajos de carácter teórico-metodológico –dedicados a la presentación o discusión de teorías, enfoques o conceptos, o procedimientos de investigación– o empírico –aquellos que generan conocimiento sobre los fenómenos comunicativos–; y, en el caso de los artículos que tuviesen la consideración de investigaciones

empíricas, las *técnicas de investigación* utilizadas, en el sentido estricto de técnicas para la producción de datos.

Tabla 5		
TIPO DE INVESTIGACIÓN		
	Número (T = 235)	Porcentaje
Exclusivamente teórico-conceptual	50	21,3
Metodológica	3	1,3
Empírica, sin técnicas de investigación sistemáticas	111	47,2
Empírica, con técnicas cuantitativas	33	14,0
Empírica, con técnicas cualitativas	23	9,8
Empírica, con técnicas cuantitativas y cualitativas	12	5,1
No clasificable en ninguno de estos criterios	3	1,3

Si recategorizamos los datos de la tabla 5 según un criterio que distinga los trabajos teórico-metodológicos, de un lado, y los trabajos empíricos, de otro, el resultado es que la investigación que se está haciendo en España en los últimos años es, muy mayoritariamente, una investigación de carácter empírico (179 de los 235 artículos analizados, algo más del 75% del total; esto es, tres de cada cuatro textos); trabajos, por tanto, dedicados al estudio de la propia realidad comunicativa y no a la discusión exclusiva de ideas o métodos con los que investigar esa realidad²¹.

²¹ No conviene confundirse en esta cuestión: la investigación empírica es, por definición, teórico-empírica: discute ideas, conceptos, etc., y genera conocimiento sobre los fenómenos apoyándose en tales ideas y en datos. Las investigaciones teórica y metodológica no se apoyan en datos empíricos, porque buscan aclarar, proponer, discutir... ideas o métodos; esto es, modos de

Ahora bien, si analizamos con detenimiento los datos referidos al *tipo de investigación empírica* que suele realizarse surgen algunas dudas que los investigadores españoles deberíamos tomar muy en serio, y reflexionar al respecto. El 75% de los estudios publicados son trabajos empíricos, como decimos; pero de los 179 que tienen esta consideración sólo en una tercera parte (68 artículos, el 38%) es posible identificar alguna *técnica de investigación*, sea cuantitativa o cualitativa, o de ambos tipos. Alguna técnica de investigación; es decir, algún procedimiento metodológico para el acceso a la realidad y la obtención de datos siguiendo los preceptos estandarizados por la literatura científica. Preceptos que, obviamente, no son arbitrarios ni azarosos, sino que buscan justamente garantizar en lo posible que unos, los datos, indiquen de modo confiable la otra, la realidad. Y esto, de nuevo obviamente, es fundamental –esto es, constituye el fundamento– para la investigación empírica.

Que los investigadores de la comunicación en España dediquen mucho de su esfuerzo a estudios de carácter empírico, pero sin recurrir por lo general a técnicas científicas contrastadas para la producción de datos, debe mover, como decíamos, a la reflexión de la comunidad científica. Hay mucha investigación empírica, en efecto; pero una gran parte de ella (el 62% de esa investigación) se realiza sin atender a procedimientos estandarizados y confiables para obtener los datos e informaciones en que se apoya. La relevancia e implicaciones de este resultado exigen, de entrada, aclarar el criterio de codificación seguido a la hora clasificar en cada una de estas categorías los trabajos empíricos analizados.

Aquéllos en los que se hace referencia explícita a técnicas cuantitativas (análisis de contenido, encuesta, investigación experimental o análisis secundario de datos estadísticos) o cualitativas (análisis del discurso, entrevista en profundidad, grupos de discusión, observación directa, etc.), o una combinación de ambos tipos, fueron atribuidos, obviamente, a las categorías correspondientes. La dificultad estriba, por tanto, en la clasificación de aquellas otras investigaciones empíricas, por lo general dedicadas al estudio de los contenidos mediáticos, que suelen presentarse bajo la etiqueta

acercarse a la realidad. Lo dicho para la investigación empírica y su carácter vale sólo, obviamente, para la buena investigación empírica.

de *análisis discursivo* o *análisis cualitativo de contenido* sin que sea posible identificar la teoría del discurso a la que se ha recurrido para generar, a partir de las categorías analíticas que tales teorías proponen, la evidencia empírica necesaria en toda investigación de esta índole.

Aunque los autores reclamen para ellos la consideración de *análisis discursivo* (cualitativo), tales trabajos no son estudios narratológicos elaborados a partir del utillaje conceptual y metodológico de la semiótica del relato; ni exploran en las categorías que ha ido madurando el análisis crítico del discurso; ni aprovechan el potencial analítico de cualquiera de las especialidades de los estudios lingüísticos (análisis léxico, semántico, gramatical, pragmático, etc.); ni recurren a tradiciones consolidadas y renovadas como la retórica o la teoría de la argumentación; etc.

Aunque tengan la pretensión de ser adscritos a la familia diversa de los análisis discursivos, son trabajos *de otra especie*: “descripciones” del contenido de algunos textos mediáticos (noticias, editoriales, capítulos de series televisivas, anuncios publicitarios, etc.); “reflexiones” a partir del conocimiento meramente personal e intuitivo que el autor tiene acerca de algo (el uso del lenguaje en el periodismo, por ejemplo); “exposiciones” de casos cuyo valor representativo carece de justificación en el texto, y que son “contados” más que “analizados”; “relatos” de lo que dicen los medios sobre determinada cuestión; y otras (deficientes) prácticas investigadoras en una variada casuística. Un tipo de trabajo empírico sobre los discursos, en definitiva, que debiera tener la consideración de “comentario” –más o menos sofisticado e informado según el caso– antes que la de “investigación científica”.

Habiendo establecido este criterio, decidimos aplicarlo con rigor para determinar el carácter cuantitativo o cualitativo (o ambos) de la investigación empírica en función de las técnicas y categorías analíticas empleadas. Con esta decisión pretendimos básicamente no reducir espuriamente el concepto de *investigación cualitativa* a la condición de mera categoría residual, como sucedería si considerásemos –especialmente en lo referido al estudio de los contenidos mediáticos– que lo no sea explícitamente cuantitativo es, *necesariamente*, cualitativo. Esta especie de indolencia metodológica es injustificable, pero lo sería aún más en trabajos como éste, en el

que se trata de describir de la forma más rigurosa posible la investigación empírica que estamos haciendo.

Lo más reseñable al respecto es, como venimos diciendo, el altísimo porcentaje (el 62%, 111 de 179) de la investigación empírica sobre comunicación publicada en las revistas españolas especializadas que incurre, a nuestro juicio, en la insuficiencia metodológica que supone no poder identificar en esos trabajos las técnicas de investigación (acéptese este término también para las herramientas analíticas proporcionadas por las teorías del discurso) utilizadas. Eso sólo sucede, reiteramos, en el 38% de los artículos de carácter empírico (68 de 179), con un cierto predominio de los estudios cuantitativos (cerca del 20% del total de los trabajos empíricos) sobre los cualitativos (alrededor del 13%), y una escasa presencia de los que combinan procedimientos propios de ambos métodos de investigación (en torno al 7%).

Si nos atenemos estrictamente a lo que podemos considerar como investigación empírica solvente (entendiendo por tal aquella en la que, cuando menos, se usan técnicas contrastadas), constatamos que en dos terceras partes de ella (45 de 68 textos, el 66%) los autores proponen, exclusivamente o en triangulación, diseños de investigación de tipo cuantitativo, y que en aproximadamente la mitad (35 de 68, el 51%) se opta por diseños cualitativos.

Ahora bien, si atendemos a las *técnicas de investigación empírica* utilizadas (véase la tabla 6²²) destaca (aparte del alto porcentaje en el que no se usa ninguna) la posición relevante que ocupan en la investigación española aquellas técnicas relacionadas con el estudio de los mensajes, ya sea el análisis de contenido (cuantitativo) o las diversas modalidades del análisis cualitativo del discurso (narratología, análisis crítico del discurso, retórica, argumentación, lingüística, etc.). Se recurre a unas, otras, o a ambas simultáneamente, en casi la tercera parte de los trabajos empíricos incluidos en la muestra (55 de 179).

Al margen de que se trate de estudios cuantitativos o cualitativos, debemos subrayar que uno u otro método (y con una frecuencia similar, por otra parte) son aplicados preferentemente para

²² Las categorías de esta tabla 6 no son excluyentes, pues en una misma investigación empírica puede haberse recurrido a una combinación de distintas técnicas cuantitativas o cualitativas, o de ambos tipos.

generar conocimiento sobre los contenidos de la comunicación mediática (información periodística, anuncios publicitarios, series de televisión, etc.), algo coherente con el interés de la reciente investigación española por este objeto de estudio (véanse los resultados recogidos en la tabla 4). Y es notable también el uso frecuente del análisis secundario de datos, por lo general de tipo estadístico, muy habitual en los trabajos empíricos sobre estructura, mercados y economía de la comunicación, un objeto también destacado en la investigación española.

Tabla 6: TÉCNICAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

	Número de artículos	Porcentaje (sobre 179)
Ninguna	111	62,0
Análisis de contenido cuantitativo	28	15,6
Análisis del discurso	27	15,1
Análisis secundario de datos	19	10,6
Encuesta	11	6,2
Entrevista en profundidad	11	6,2
Grupos de discusión	5	2,7
Investigación experimental	3	1,7
Observación etnográfica	2	1,1
Métodos biográficos	–	–

Al comentar los resultados sobre los objetos de estudio de la investigación comunicativa española, apuntábamos que la escasa atención dispensada a algunos de los ámbitos más consolidados internacionalmente, como son los estudios sobre *audiencias y recepción* o sobre los *efectos e influencia* de los medios, pudiera deberse al hecho de que tradicionalmente han sido campos muy exigentes en los diseños metodológicos que requieren para su abordaje empírico (encuestas, observación etnográfica, grupos de discusión, investigación

experimental, etc.). Y decíamos también que esta circunstancia podría estar indicando algunas carencias o lagunas de tipo metodológico en la investigación española.

Los resultados de la tabla 6 apuntan también en esa dirección, y en ellos se advierte que no es habitual el recurso a técnicas de investigación distintas de aquéllas utilizadas en el estudio de los contenidos mediáticos, siendo meramente testimonial el uso de algunas de ellas (los grupos de discusión, los experimentos, la observación etnográfica, o los métodos biográficos, en donde no se registró un sólo caso). Eso quiere decir que la investigación española sobre comunicación es una investigación realizada, muy principalmente, a partir de *fuentes documentales*, con un escaso interés por aquellos fenómenos cuyo conocimiento exige del acceso a *fuentes vivas* (esto es, personas). Cuantitativa o cualitativa, es una investigación, digámoslo así, encerrada en hemerotecas y videotecas, y poco dada, al parecer, a pisar la calle.

El resultado más significativo de este análisis de la orientación teórico-metodológica de la investigación española sobre comunicación probablemente sea la constatación de una generalizada insuficiencia metodológica en los estudios empíricos publicados en la última década. Es, sin duda, la cuestión que más debiera preocupar a nuestra comunidad científica, ya que se trata de un indicador central para evaluar la calidad de la investigación que estamos haciendo. No obstante, hay que tomarla con las precauciones y matices a que obligan los resultados recogidos en la tabla 7, relativos a la evolución de este parámetro en el periodo considerado (1998-2007).

Podemos observar, entonces, que el porcentaje anual de trabajos empíricos en los que no se identifica técnica de investigación alguna ha ido disminuyendo muy sensiblemente entre 1998 y 2003, para repuntar de nuevo en 2007, el último de los cursos analizados. De las publicadas en 2003, el porcentaje de investigaciones empíricas no solventes, por así decir, se ha reducido a la mitad con respecto a las de 1998, y son la cuarta parte menos que el año anterior, 2002.

Tabla 7
EVOLUCIÓN TEMPORAL DEL TIPO DE
INVESTIGACIÓN

	1998		2002		2003		2007	
	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%
Teórico-conceptual o metodológica	7	15,2	24	38,1	11	20,4	11	15,3
Empírica, sin técnicas de investigación	30	65,2	29	46,0	18	33,3	34	47,2
Empírica, con técnicas de investigación	8	17,4	9	14,3	24	44,4	27	37,5
No clasificable en estos criterios	1	2,2	1	1,6	1	1,9	–	–
Artículos totales por año	46		63		54		72	

Esa favorable progresión descendente queda reforzada, además, por el incremento inusitado de la que podemos considerar, por contraposición, investigación empírica solvente, que es prácticamente la mitad de toda la publicada en 2003, con unos porcentajes que triplican los de los años anteriores analizados (1998 y 2002). Sin embargo, esa tendencia hacia la solvencia en los trabajos empíricos parece ir declinando en el último periodo, como muestran los datos correspondientes al año 2007: aunque todavía elevado en comparación con 1998 y 2002, disminuye con respecto a 2003 el porcentaje de estudios en los que quedan claramente identificadas las técnicas empleadas, y se vuelve a los niveles de 2002 en el de aquellos otros en los que no se recurre a ellas. Y es esto lo que nos obliga a reflexionar con detenimiento: el aparente truncamiento en la etapa más reciente de una saludable tendencia a la mejora de la investigación empírica que realizamos.

A qué pueda deberse ese truncamiento es un asunto complicado. Podría tratarse de algo meramente coyuntural, duda que sólo resolveríamos ampliando la muestra analizada; podría estar indicando una relajación en los controles y requisitos de publicación

por parte de las revistas científicas especializadas; o podría, en fin, apuntar a que la enorme presión que ejercen sobre los investigadores (y sobre las revistas) las nuevas condiciones para la promoción profesional (acreditaciones oficiales, principalmente) está obligando a forzar la maquinaria investigadora a expensas del rigor metodológico y la parsimonia que exige el trabajo científico. Sería de lamentar que ésta pudiera ser una de las consecuencias no deseadas de eso que Soriano (2008) ha llamado el “efecto ANECA”.

4. Conclusiones

De este análisis de una muestra de los trabajos publicados en las revistas *Anàlisi, Comunicación y Sociedad, Estudios sobre el Mensaje Periodístico* y *Zer* en el periodo 1998-2007 (235 textos), se desprende, en primer lugar, que la reciente investigación española sobre comunicación tiende a concentrarse en unos muy determinados objetos de estudio, descuidando ampliamente otros. Es una investigación centrada en el estudio del Periodismo, al que se refieren prácticamente la mitad de los artículos científicos analizados. La otra mitad del esfuerzo investigador se reparte entre el resto de los ámbitos mediático-profesionales en que se desarrolla la actividad comunicativa: la publicidad, el marketing, la comunicación audiovisual, las relaciones públicas, la comunicación corporativa o aquella que opera en los nuevos soportes basados en la digitalización (excluido el Periodismo).

Es, además, una investigación interesada sobre todo por el estudio de los *contenidos* de la comunicación mediática –y dentro de ellos más específicamente por el de los *discursos*–, que es el objeto abordado en más de la mitad de los trabajos incluidos en la muestra. Aunando estos resultados, y a falta de análisis más detallados, no parece desencaminada la hipótesis de que el estudio de los *discursos periodísticos*, y más en concreto los producidos por la prensa, sea el tema más recurrente de la investigación comunicativa española en la última década. Probablemente persiste bien arraigada la impronta periodística que desde su fundación a comienzos de los setenta han tenido las facultades de Ciencias de la Información/Comunicación en España, y quizá éste sea uno de los factores que expliquen la

recurrencia de este objeto de estudio en los trabajos publicados en las revistas científicas.

Sin descuidar las aportaciones de índole exclusivamente teórico-metodológica, la investigación española sobre comunicación es mayoritariamente una investigación de carácter empírico (las tres cuartas parte de los textos analizados), atenta por tanto al análisis de la propia realidad comunicativa. Pero de acuerdo con nuestros datos, se trata, por lo general, de trabajos empíricos con serias deficiencias metodológicas, al menos por lo que hace al uso en los mismos de técnicas de obtención de datos estandarizadas. Sólo en un tercio de esos trabajos se identifican tales técnicas, sean cuantitativas o cualitativas, con un predominio claro de aquellas utilizadas para el estudio de los mensajes mediáticos (análisis de contenido y análisis del discurso) y un recurso escaso a procedimientos para el acceso a datos procedentes de *fuentes vivas* (encuesta, entrevista en profundidad, grupos de discusión, etc.).

La insuficiencia metodológica generalizada que hemos detectado en la investigación empírica publicada admite, no obstante, algunos matices. En efecto, en el periodo analizado, entre 1998 y 2007, se aprecia una muy positiva evolución en la que van disminuyendo sensiblemente los trabajos empíricos no solventes, por así decir, y se incrementan en una medida significativa aquellos otros adecuados a los estándares científicos usuales. El repunte de aquéllos en el último de los años analizados, 2007, debe empujarnos, de nuevo, a activar las alarmas sobre la calidad de la investigación que estamos haciendo.

5. Bibliografía citada

- Almirón, N. (2007). "La economía política de la investigación informacional". *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Disponible en <http://www.revistalatinacs.org/200716Almiron.htm>
DOI: [10.4185/RLCS-62-2007-743-197-217](https://doi.org/10.4185/RLCS-62-2007-743-197-217) / [CrossRef link](#)
- Almirón, N. y Reig, R. (2007). "The communications research in Spain: the Political Economy epistemological approach". *American Communication Journal*, 9 (2). Disponible

en <http://acjournal.org/holdings/vol9/summer/articles/spain.html>

- Breton, Ph. y Proulx, S. (1989). *La explosión de la comunicación*. Barcelona: Civilización Ediciones, 1990.
- Díaz Noci, J. (2006). "New tendencies of research in journalism. The Spanish case". *Brazilian Journalism Research*, 2 (1), p. 13-38.
- García Jiménez, L. (2007). *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: Tecnos.
- Giménez Toledo, E. y Alcain, M. D. (2006). "Estudio de las revistas españolas de Periodismo". *Comunicación y sociedad*, 19 (2), p. 107-131.
- Humanes, M. L. (2007). "La investigación sobre la profesión periodística en España". *Sphera Pública*, número extraordinario: *La investigación de la comunicación en Iberoamérica: historia, estado actual y nuevos retos*, p. 173-193.
- Jones, D. E. (1994). "Investigació sobre comunicació a l'Espanya dels noranta". En Varios Autores. *Cultura y comunicación social: América Latina y Europa ibérica*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació (CEDIC), p. 87-98.
- (1997). "Investigació sobre comunicació social a l'Espanya de les autonomies". *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, 21, p. 101-120.
- (1998). "Investigación sobre comunicación en España. Evolución y perspectivas". *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 5, p.13-51.
- (1999). "Investigaciones en España sobre comunicación iberoamericana". *Comunicación y sociedad*, 35, p. 229-268.
- (2000). "Investigació sobre comunicació a Catalunya als anys noranta". *Treballs de comunicació*, 13-14, p. 41-55.
- Martínez Nicolás, M. (2001). "Tendencias actuais da investigación sobre comunicación social en España". *Estudios de comunicación*, 0, p. 153-168. Disponible en <http://consellodacultura.org/mediateca/pubs.pdf/estudios.com.pdf/>

- (2006). “Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento”. *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, 33, p. 135-170. Disponible en <http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n33p135.pdf>.
 - (2007). “Agitación en el campo. Nueve ideas para la investigación sobre Comunicación Política en España”. *Política y Sociedad*, 44 (2), p. 209-227. Disponible en <http://revistas.ucm.es/cps/11308001/articulos/POSO0707230209A.PDF>.
 - (2008) (coord.). *Para investigar la comunicación. Propuestas teórico-metodológicas*. Madrid: Tecnos.
 - (2009). “La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales”. En Martínez Nicolás, M. (coord.). *Para investigar la comunicación. Propuestas teórico-metodológicas*. Madrid: Tecnos, p. 13-52 (reproducido en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, p. 1-14, 2009. Disponible en http://www.revistalatinacs.org/09/art/01_800_01_investigacion/Manuel_Martinez_Nicolas.html
DOI: [10.4185/RLCS-64-2009-800-01-14](https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-800-01-14) / [CrossRef link](#)
- Moragas i Spà, M. (1981). *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gustavo Gili.
- (1988). “Los estudios sobre comunicación y nuevas tecnologías en España: indicaciones sobre sus antecedentes y estado actual”. *C.IN.CO. Cuadernos de Investigación en Comunicación*, 1, p. 11-19.
 - (1989). “La comunicación ausente”. En *Comunicación social 1989/Tendencias*. Madrid: Fundesco, p. 193-203.
 - (1990). “Delante de los negocios, detrás de los acontecimientos: nuevos problemas de la sociología de la comunicación de masas en España, 1986-1990”. *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, 22, p. 58-64.
 - (2005). “Investigación de la comunicación y política científica en España”. Ponencia presentada en la Reunión Científica de la Sociedad Española de Periodística (SEP). Santiago de Compostela, 27 y 28 de mayo de 2005.

Soriano, J. (2008). "El efecto ANECA". En *I+C Investigar la Comunicación. Actas del Congreso Internacional Fundacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC)*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.

Xifra, J. y Castillo, A. (2006). "Forty years of doctoral public relations research in Spain: A quantitative study of dissertation contribution to theory development". *Public Relations Review*, 32, p. 302-308.

ANEXO. Ficha de codificación

LA INVESTIGACIÓN SOBRE COMUNICACIÓN EN ESPAÑA Análisis de los artículos publicados en revistas científicas
VARIABLES DE IDENTIFICACIÓN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Número de unidad de análisis 2. Revista 3. Año de publicación 4. Título completo del artículo
VARIABLES SOBRE AUTORÍA
<ol style="list-style-type: none"> 5. Número de autores/as 6. Nombre de los autores/as 7. Adscripción de los autores (universidades, centros de investigación, etc.) [6 categorías] 8. Carácter (público o privado) de las instituciones de investigación españolas [4 categorías] 9. Pertenencia a grupos de investigación (nombre del grupo) [3 categorías] 10. Universidades públicas españolas [30 categorías] 11. Universidades privadas españolas [17 categorías] 12. Tipo de departamento universitario (sólo universidades españolas) [4 categorías] 13. Departamento no específico pero adscrito a facultad de

- Comunicación o mixta [13 categorías]
14. Departamento no adscrito a facultad de Comunicación ni mixta [13 categorías]
15. Localización de las universidades o centros no españoles [6 categorías]
16. Localización de las universidades o centros latinoamericanos [6 categorías]

VARIABLES SOBRE EL CONTEXTO DEL CONTENIDO

18. Adscripción de la investigación a un proyecto de investigación [2 categorías]
19. Organismo que subvenciona el proyecto de investigación [10 categorías]
20. Número de textos citados en la bibliografía [5 categorías]
21. Número de textos citados publicados originalmente en español
22. Número de textos citados publicados originalmente en otras lenguas españolas
23. Número de textos citados publicados originalmente en otros idiomas
24. Número de textos citados publicados antes de 1980
25. Número de textos citados publicados entre 1981 y 1990
26. Número de textos citados publicados entre 1991 y 2000
27. Número de textos citados publicados desde 2001

VARIABLES SOBRE EL OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN

28. Medio o ámbito mediático-profesional objeto de estudio [48 categorías]
- 29_1. Objeto de estudio específico: profesionales [9 categorías]
- 29_2. Objeto de estudio específico: empresas [5 categorías]
- 29_3. Objeto de estudio específico: contenidos [6 categorías]
- 29_4. Objeto de estudio específico: tecnologías [3 categorías]
- 29_5. Objeto de estudio específico: audiencias y recepción [4 categorías]
- 29_6. Objeto de estudio específico: efectos e influencia [3 categorías]
- 29_7. Objeto de estudio específico: investigación de la comunicación
- 29_8. Objeto de estudio específico: comunicación (en general)

30. Sujetos sociales objeto de estudio (cuando se trate de 29_5 ó 29_6) [19 categorías]
31. Campo de adscripción preferente (comunicación política, sanitaria, etc.) [31 categorías]
32. Ámbito geográfico objeto de estudio [12 categorías]
33. Comunidad Autónoma española a la que se refiere el trabajo

VARIABLES SOBRE LA ORIENTACIÓN TEÓRICO-METODOLÓGICA

34. Tipo de investigación (teórico-conceptual, metodológica, empírica) [7 categorías]
35. Ámbito disciplinar genérico (Ciencias Sociales, Humanidades, etc.) [3 categorías]
36. Enfoque o perspectiva preferente utilizada (positivismo, teoría crítica, etc.) [5 categorías]
37. Teorías o dispositivos conceptuales mencionados

VARIABLES SOBRE TÉCNICAS DE OBTENCIÓN DE DATOS

- [sólo cuando V34 = investigación empírica]
38. Técnicas de investigación empírica utilizadas [9 categorías]
39. Aplicación de las técnicas de investigación utilizadas [9 categorías]
40. Fuente de datos (vivas, documentales, etc.) [7 categorías]

Informe descriptivo de la estructura de contenidos de los artículos científicos publicados por la *Revista Latina de Comunicación Social* durante los años 2007, 2008, 2009 y 2010

Enric Saperas, Catedrático de universidad - Universidad Rey Juan Carlos. Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación

1. Presentación

ESTE informe ha sido realizado mediante un análisis exhaustivo de la totalidad de los artículos científicos publicados en la Revista Latina de Comunicación Social durante los años 2007, 2008, 2009 y 2010. Para realizar la observación se ha aplicado la fórmula IMRyDC+B. En otras palabras, no se han sometido a evaluación los contenidos de los artículos, tampoco el tipo de conocimientos aportados, ni su marco teórico o los resultados alcanzados, y tampoco han sido evaluadas la autoría y las instituciones universitarias o de investigación que representan.

El análisis hace referencia a la presencia o ausencia de elementos básicos de la estructura interna de un artículo científico estándar mediante la fórmula IMRyDC+B²³:

Introducción (I): Objetivos, presentación de un problema, hipótesis, delimitación de un contexto y grado de novedad o breve exposición

²³ Veáse, “Normas de edición – Libro de estilo”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 1-3 recuperado el 12 de julio de 2011, de <http://www.revistalatinacs.org/normasdepublicacion.htm>

sobre el estado de la cuestión o de la documentación científica sobre el problema sometido a análisis.

Método (M): Tipo de método, presentación del diseño de investigación, muestra de análisis, variables, tipo de explicación científica, criterios de validez. Sólo serán evaluados positivamente si se explicita el tipo de método o el marco teórico presente en el artículo. También, y de forma excepcional, serán valorados positivamente en esta variable aquellos artículos en los que no se explicita de forma concreta un método aunque éste se encuentra manifiesto de forma preciosa en los contenidos del artículo. Serán evaluados negativamente en esta variable los artículos que hagan referencia a un estado de la cuestión sobre un objeto de estudio, a los artículos de carácter especulativo o que expresan contenidos a manera de *opinión* o de *valoración* del autor del documento. Se valorarán de forma negativa las descripciones de contextos, objetos de estudio o de conceptos que no impliquen método o técnicas de análisis explícitas, aunque en ocasiones puedan fundamentar sus argumentos en fuentes secundarias (pero sin ser un análisis sistemático y riguroso basado en fuentes secundarias).

Resultados y discusión (R y D): Exposición de los resultados alcanzados mediante la aplicación de método y de las técnicas de análisis de tipo explicativo, descriptivo, causal, comparativo, comprensivo, etc. Contraste de los resultados con investigaciones anteriores o propuesta de nuevos proyectos de investigación.

Conclusiones (C): Exposición sistemática de las conclusiones, generalizaciones teóricas, propuestas conceptuales, resumen y resultado de contrastar hipótesis con resultados.

Bibliografía (B): Las referencias bibliográficas. Sólo se considerarán como bibliografías aquellas que superen una decena de referencias bibliográficas o hemerográficas. Se evaluará si el 70 % de las referencias corresponden a los últimos 5 años y si el 50 % hacen referencia a artículos en revistas científicas

2. Unidades de registro y muestra de análisis

El análisis descriptivo de los contenidos de los artículos científicos ha sido llevado a cabo mediante un ficha de análisis básico habilitada para confirmar o denegar la presencia de los componentes de la fórmula IMRyDC+B en los artículos analizados. El análisis ha sido realizado mediante 8 unidades de registro:

- (I) Año
- (II) Número de registro del artículo (según consta en la hemeroteca de la revista)
- (III) Método
- (IV) Resultados
- (V) Bibliografía
- (VI) Investigación empírica
- (VII) Investigación teórico-conceptual

Por otra parte, la muestra está formada por la integridad de los artículos publicados por *Revista Latina de Comunicación Social* entre los años 2007 y 2010. En este sentido, se han analizado un total de 186 artículos distribuidos anualmente como sigue:

- 2007: 21 artículos
- 2008: 42 artículos
- 2009: 79 artículos
- 2010: 43 artículos

3. Presencia de los criterios de IMRyDC+B (2007- 2010)

Los criterios que definen la composición de un artículo científico (introducción, método, resultados y discusión y bibliografía) están presentes de forma regular en la mayor parte de los artículos

analizados y su presencia puede definirse como una estructura rutinaria y continua característica del texto científico actual. En este sentido los cuatro criterios o componentes se encuentran de forma explícita con especial intensidad en la introducción y la bibliografía, mientras que el criterio metodológico registra el índice menor por cuanto la descripción explícita y pormenorizada del diseño metodológico está presente en un 71,9 % de los artículos analizados.

Tabla 1. Presencia de los criterios de IMRyD+B

CRITERIO		%
Introducción	182	98,4
Método	133	71,9
Resultados y discusión	161	87
Bibliografía	178	96,2
N	185	

4. Tipo de artículo (investigación empírica vs. investigación teórico-conceptual)

Un segundo nivel de análisis ha consistido en la evaluación tipológica de los artículos públicos en la revista. De forma básica hemos agrupado los textos en dos modalidades genéricas pero que permiten diferenciar dos modalidades esenciales de texto científico capaces de una clasificación básica pero efectiva: investigación empírica e investigación fundamental o teórico-conceptual. Evidentemente por investigación empírica entendemos aquella que se fundamenta a mediante la observación ordenada de hechos y el tratamiento de datos generando conocimiento sobre los fenómenos comunicativos, mientras que por investigación teórico conceptual agrupamos aquellas investigaciones que tienen como objetivo la presentación o discusión de teorías, enfoques o conceptos, o procedimientos de investigación²⁴.

²⁴ Martínez-Nicolás, M. y Saperas-Lapiedra, E. (2011): "La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, página 11 recuperado el 14 de julio de 2011, de

http://www.revistalatinacs.org/11/art/926_Vicalvaro/05_Nicolas.html

Nuestra observación permite afirmar que la Revista Latina de Comunicación Social se orienta mayoritariamente hacia la publicación de artículos vinculados a la investigación empírica con un 81'6 % frente a un 18'4 % de artículos de carácter teórico-conceptual.

Tabla 2. Modalidades de artículos científicos publicados (datos generales)

		%
Investigación empírica	151	81,6
Teórico-conceptual	34	18,4
N	185	

Sin embargo este resultado es más significativo si atendemos la evolución de la presencia de la investigación empírica a lo largo de los cuatro años que han sido objeto de análisis. En el año 2007 esta modalidad de investigación estaba presente en el 47'6 % de los artículos publicados mientras que en los años sucesivos han tenido una presencia mayoritaria alcanzando un mínimo del 79'1 % en el año 2010 y un muy explícito 95'2 % en 2008.

Tabla 3 Modalidades de artículos científicos publicados (evolución desde 2007 a 2010)

	2007	2008	2009	2010
Investigación empírica	47,6	95,2	86,1	79,1
Teórico-conceptual	57,1	4,8	13,9	20,9

5. Cumplimiento de los criterios IMRyDC+B

A manera de conclusión, el análisis de los artículos publicados en un periodo de cuatro años nos permite afirmar que la presencia de los cuatro criterios que constituyen el actual canon del artículo científico constituye el *perfil* mayoritario en la Revista Latina de Comunicación Social. Como puede observarse en la Tabla 4 los cuatro criterios de IMRyDC+B están presentes conjuntamente en un total de 70'8 % de

los artículos editados, mientras que la presencia de uno sólo de los criterios se sitúa en el 3,2 % de los artículos titulados. Si acumulamos los resultados obtenidos en mediante la presencia de cuatro y de tres de los criterios constitutivos del artículo científico se alcanza un total de 86 % en el periodo evaluado.

Tabla 4. Cumplimiento de los criterios IMRyDC+B_(datos generales)

Número de criterios	%
Presencia de 1 criterio	3,2
Presencia de 2 criterios	10,8
Presencia de 3 criterios	15,1
Presencia de los 4 criterios	70,8
Total	100,0

Pero al igual que en el apartado anterior es significativa la observación de los datos correspondientes a cada uno de los años observados por cuanto nos ofrece un resultado más adaptado a la política de edición de la revista. En este sentido vuelve a destacar el año 2008 como una anualidad que significó un cambio manifiesto en la presencia general y en el dominio los criterios IMRyDC+B. En 2007 la presencia de dos o un criterio caracterizaba a la mayoría de los artículos publicados (un 57 %) mientras que en el año 2008 se observa un cambio radical de orientación alcanzado un 83,3 % en la presencia de los criterios estándar del artículo científico. Si agregamos los datos correspondientes a la presencia de cuatro y de tres criterios se alcanza un 93 % (2008), un 92 % (2009) y una ligera merma mediante una cifra final del 88 % (2010).

Tabla 5. Cumplimiento de los criterios IMRyDC+B (evolución desde 2007 a 2010)

Número de criterios	2007	2008	2009	2010
Presencia de 1 criterio	28,6	,0	,0	,0
Presencia de 2 criterios	28,6	7,1	7,6	11,6
Presencia de 3 criterios	23,8	9,5	19,0	9,3
Presencia de los 4 criterios	19,0	83,3	73,4	79,1

Los autores

Carmen Fonseca: Es Profesora Titular en el Departamento de Filología Inglesa de la Universidad de Huelva. Dirige el Grupo de Investigación “La dimensión afectiva en la enseñanza del inglés” financiado por la Junta de Andalucía. Su línea de investigación es la enseñanza de lenguas donde trabaja con música, inteligencias múltiples, género y comunicación, y el componente afectivo en la enseñanza plurilingüe. Actualmente dirige el Proyecto I+D “Percepción musical y destrezas lectoras en el aprendizaje de una lengua extranjera”. Entre sus publicaciones se pueden citar “Focus on Affect in Language Learning” (2011), “Aprendizaje de Contenidos en Inglés” (2010), “Aprender español en USA: los medios de comunicación como motivación social” (2010), “Melodies that help: The Relation between Language Aptitude and Musical Intelligence” (2011). Colabora con el Instituto Cervantes. Ha impartido múltiples conferencias y talleres en centros de profesores y universidades nacionales e internacionales. Actualmente es Vicerrectora de Formación Permanente e Innovación de la Universidad de Huelva.

José Antonio Meyer: Especialista mexicano en Comunicación Política, doctor en Ciencias de la Información (Universidad de La Laguna, España), miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel 1, CONACYT), secretario de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación (RAIC) e integrante de las asociaciones Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) y Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Evaluador acreditado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (RCEA) y los Comités Interdisciplinarios de Evaluación de la Educación Superior (COPAES). Actualmente funge como Coordinador de Vigilancia del Consejo de Acreditación de la Comunicación (CONAC) y ha participado como evaluador internacional para el SINAES (Costa Rica). Es miembro de consejos editoriales de diversas revistas nacionales e internacionales, evaluador de tesis y del Anuario de Investigación del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de la Ciencias de la Comunicación (CONEICC), así como dictaminador y revisor de artículos para

revistas especializadas, tanto de México como del exterior. Es Presidente del Consejo Ciudadano de Transparencia en el Ayuntamiento de Puebla, miembro del Comité de Planeación del Fondo Estatal para la Cultura y las Artes e investigador asociado del Centro de Estudios Espinosa Yglesias (CEEY).

María Belén Fernández: Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y profesora doctora en esa misma universidad en las facultades de Ciencias de la Información, Ciencias de la Comunicación y Ciencias Químicas. Ha sido profesora titular investigadora en diversas universidades mexicanas especializándose en Metodología de la Investigación, Fuentes de información y Evolución y evaluación del conocimiento a través de la producción científica e impartiendo clases en los niveles de maestría y doctorado sobre técnicas de investigación en web 2.0. Es autora de los Manuales de capacitación para bibliotecarios públicos mexicanos de la DGB del Conaculta y forma parte de diversos grupos de investigación en torno a la recuperación, representación y difusión de la información científica en España, México e Italia. Codirige el proyecto de investigación sobre metodología de la investigación en comunicación en la Universidad Anahuac del Norte de México junto con la Dra. María Antonieta Rebeil Corella y es directora científica del Instituto Internacional para la Difusión y Documentación Científica de reciente creación en el que se halla inmerso el Observatorio de la Ciencia en México. Ha dirigido y dirige diversas tesis doctorales sobre Comunicación y Documentación en España, México y Chile. Así mismo forma parte del consejo de redacción y del consejo científico de diversas revistas de comunicación, documentación y educación y ha publicado numerosos artículos sobre estos temas siendo solicitada en numerosas ocasiones para realizar evaluaciones de publicaciones científicas.

Maricela López-Ornelas: Doctoranda del programa ‘Los medios de comunicación y las ciencias de la información’ en la Universidad de La Laguna, Tenerife, España. Maestra en Ciencias Educativas (2004) por la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) con la tesis

Diseño y validación de un instrumento para evaluar revistas académicas electrónicas, licenciada en Ciencias de la Comunicación (1993) por la misma universidad. Actualmente es académica definitiva de tiempo completo en el Instituto de Investigación y Desarrollo Educativo (<http://iide.ens.uabc.mx/blogs/ornelas/>) de la UABC, donde se encuentra adscrita a la línea de investigación de Evaluación Educativa. Desde 1993 es docente de nivel licenciatura en el área de comunicación y a partir del 2007, docente de nivel posgrado en el área de educación. Es cofundadora del proyecto Revista Electrónica de Investigación Educativa –REDIE–(<http://redie.uabc.mx>), donde es responsable de los procesos edición en línea. Es miembro de comités de redacción de publicaciones arbitradas en el área de la comunicación. Ha presentado ponencias en congresos internacionales y posee artículos publicados en revistas especializadas en la comunicación con temas relacionados a la evaluación de la información en línea y al desarrollo, gestión y evaluación de las revistas académicas electrónicas.

Yelina Piedra: Docente e investigadora. Licenciada en Bibliotecología y Ciencia de la Información por la Universidad de la Habana (curso 2004- 2005). En 2009 obtiene una Maestría en Bibliotecología y Ciencia de la Información (Universidad de La Habana). En 2010, logra el Diploma de Estudios Avanzados. Ha publicado varios artículos en revistas nacionales e internacionales; y ha participado como ponente en distintos eventos científicos. Las principales líneas de investigación sobre las que trabaja son “Evaluación de la Ciencia” y “Usuarios y Servicios de Información”.

Raymond Colle: Nació en Bruselas, Bélgica, en 1944 y emigró a Chile en 1969. Es Bachiller en Filosofía y Licenciado en Ciencias Morales y Religiosas por la Universidad Católica de Lovaina, Bélgica; Analista de Sistemas por el instituto CIISA, Santiago de Chile, y Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de La Laguna, Tenerife, España. Ha sido profesor de la Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica (1979-2002), donde dictó asignaturas sobre: “Teoría de la comunicación”, “Procesamiento de la información”, “Análisis de contenido”,

“Análisis semiológico” y “Conceptos básicos de computación”. También ha sido profesor e investigador de la Universidad Diego Portales (2000-2005). Actualmente, aunque jubilado, es administrador de varios sitios web: “Comunicaciones Iberoamericanas”, “Red de Investigadores e Investigaciones”, “Conocer”, “Notibits”, y “Revista Mediterránea de Comunicación” (Universidad de Alicante). Detalles en www.recinet.org.

Manuel Martínez Nicolás: Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona (1994). Profesor en las universidades Autónoma de Barcelona (1990-1996), Santiago de Compostela (1996-2003) y, desde 2003, de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC). Sus últimos trabajos han sido publicados en las revistas *Ponto-e-Vírgula* (PUC-São Paulo, 9, 2011); *Telos* (86, 2011); *Revista Latina de Comunicación Social* (66, 2011); *Sistema. Revista de Ciencias Sociales* (210, 2009); *Revista Latina de Comunicación Social* (64, 2009); *Revista Internacional de Sociología* (50, 2008); y *Política y Sociedad* (44-2, 2007); y en los libros colectivos *Estudios de comunicación y medios* (E. Saperas, Coord.), 2011; *Ciudad y comunicación* (M. Martínez Hermida, ed.), 2010; y *Para investigar la comunicación. Propuestas teórico-metodológicas* (M. Martínez Nicolás, Coord.), 2008.

Enric Saperas: Catedrático de universidad del área de periodismo. Es doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona (1986). Licenciado en Ciencias de la Información (Universidad Autónoma de Barcelona, 1980), doctor en Ciencias de la Información (Universidad Autónoma de Barcelona, 1984). Fue profesor en la Universidad Autónoma de Barcelona (1982-1990) y de la Universidad Pompeu Fabra (1991- 2001). Actualmente es profesor de Teorías de la comunicación y director del Máster académico en Investigación aplicada a la comunicación en la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid). Es director del Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación (Geac – www.geac.es) e IP del Laboratorio para la Investigación de la Imagen televisiva y Electrónica (Liite – www.geac.es/liite).

Un Cuaderno prologado por:

Marisa Humanes: Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid desde 1997. Desde 2002 es profesora titular de Universidad en el área de conocimiento Comunicación Audiovisual y Publicidad y tiene reconocido un sexenio de investigación por la CNEAI. Ha sido directora del Departamento de Ciencias de la Comunicación II de la Universidad Rey Juan Carlos y ha formado parte de la Comisión Delegada de la Facultad de Ciencias de la Comunicación para la reforma de las titulaciones de Comunicación en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior. En la actualidad es responsable del Máster oficial en Gestión de la comunicación en instituciones públicas y estudios de opinión (Programa oficial de postgrado en Comunicación y Ciencias Sociales de la Universidad Rey Juan Carlos).

Y coordinado por:

F. Javier Herrero: Personal Investigador en Formación en la Universidad de Salamanca. Docente de la asignatura “Comunicación deportiva”. Licenciado en Comunicación Audiovisual (Universidad de Salamanca, 2007), y licenciado en Periodismo (Universidad Pontificia de Salamanca, 2005). Realiza su tesis doctoral sobre las retransmisiones deportivas radiofónicas en España, en un proyecto cofinanciado por la Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León y el Fondo Social Europeo. Sus trabajos publicados giran en torno a la comunicación deportiva en España, las revistas científicas y a la utilización que los medios de comunicación hacen de las nuevas tecnologías.

Colección Cuadernos Artesanos de Latina

Últimos libros publicados

- [] **15º** - *La docencia y la investigación universitarias en torno a la Comunicación como objeto de estudio en Europa y América Latina*
José Luis Piñuel Raigada | ISBN – 13: 978-94-939337-9-1
| Precio social: 8 €
- [] **16º** - *Los editores de revistas académicas de Comunicación. Reflexiones compartidas en el I Encuentro de Revistas Científicas de Tenerife (julio, 2011)*
Victoria Tur Viñes (Coord.) | ISBN – 13: 978-84-939795-0-8 | Precio social: 5 €
- [] **17º** - *Bases de datos y citación en Ciencias Sociales. Reflexiones compartidas en el I Encuentro de Revistas Científicas de Tenerife (julio, 2011)*
Victoria Tur Viñes (Coord.) | ISBN – 13: 978-84-939795-1-5
| Precio social: 4,50 €
- [] **18º** - *Conocer y pensar a Marshal McLuhan*
Octavio Islas y Claudia Benassini / Introducción de Amaia Arribas | ISBN – 13: 978-84-939795-2-2
| Precio social: 5 €
- [] **19º** - *Periodismo es preguntar*
José Manuel de Pablos | ISBN – 13: 978-84-939795-3-9
| Precio social: 6,75 €
- [] **20º** - *Estudios sobre arte y comunicación social*
José Luis Crespo Fajardo (Coord.) | ISBN – 13: 978-84-939795-4-6 | Precio social: 6,75 €
- [] **21º** - *El fotógrafo en el cine. Re[presentaciones]*
Nekane Parejo Jiménez | ISBN – 13: 978-84-939795-5-3 | Precio social: 5,65 €

Distribuye: F. Drago. Andocopias S.L. c/ La Hornera, 41.

La Laguna. Tenerife - Teléfono: 922 250 554 | fotocopiasdrago@telefonica.net