

# La investigación en Comunicación. Análisis bibliométrico de las revistas de mayor impacto del ISI

## Communication Research. Bibliometric analysis of the most-cited ISI-indexed Journals

**Dr. Antonio Castillo-Esparcia** [[C.V.](#)] Profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Málaga

**Dr. Ángel Rubio-Moraga** [[C.V.](#)] Profesor de la Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid

**Dra. Ana Almansa-Martínez** [[C.V.](#)] Profesora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Málaga

**Resumen:** Mediante el presente artículo se pretenden analizar algunos de los problemas metodológicos más comunes que se presentan a la hora de evaluar las revistas científicas de comunicación y para ello se han tomado como referencia las 10 publicaciones indexadas en el *Social Sciences Citation Index* con mayor impacto. Mediante el análisis de contenido se estudiará la procedencia y vinculación académico-investigadora de los autores que aparecen reflejados en estas publicaciones, así como las temáticas de los artículos, los géneros y las metodologías utilizadas. Con todo ello se pretenden dos objetivos principales: por un lado analizar el papel de la evaluación de las publicaciones científicas en el ámbito de la comunicación en los procesos de valoración de la investigación lo que nos permitirá poner de manifiesto las dificultades de aplicación de los métodos bibliométricos de repercusión aplicados por la base de datos de Thomson Scientific y, por otro lado, establecer un marco de desarrollo de las publicaciones científicas españolas en el ámbito de la comunicación que cumplen algunos de los requisitos indicados pero que, bien porque su factor de impacto es aún bajo, o bien porque carecen de difusión internacional aún no han sido registradas en el *Social Sciences Citation Index*. Esta investigación ha contado con financiación del Instituto de Investigación en Relaciones Públicas de la Universidad de Málaga.

**Palabras clave:** Comunicación; indexación; bases de datos científicas; evaluación; investigación

**Abstract:** This article examines some of the most common methodological problems in the evaluation of academic journals in the field of communication, based on the content analysis of the ten journals with the highest impact factors in the Social Sciences Citation Index. The analysis focuses on establishing the academic and

research origins and links of the authors of the articles published by these scientific publications, as well as the most predominant subject matters, genres and methodologies among the articles of these publications. This research aims to achieve two objectives: On the one hand, to analyse the role of the evaluation of communication journals in the assessment of research, which will allow us to show the difficulties of applying the bibliometric methods used by Thomson Scientific to determine the impact of journals and, on the other hand, to establish a development framework for those Spanish communication journals that meet some of the requirements of the Social Sciences Citation Index but are not yet indexed in it, either because their impact factor is still low or because of their lack of international dissemination. This research has been financed by the University of Malaga's Research Institute for Public Relations.

**Keywords:** Communication; Indexing; Scientific Databases; Evaluation; Research

**Sumario:** 1. Introducción. 1.1. El factor de impacto. 2. Material y Métodos. 3. Resultados. 3.1. Aspectos formales. 3.2. Datos de autoría. 3.3. Aspectos metodológicos. 4. Discusión. 5. Referencias.

**Summary:** 1. Introduction. 1.1. Impact factor. 2. Methods. 3. Results. 3.1. Formal aspects. 3.2. Authorship data. 3.3. Methodological aspects. 4. Discussion. 5. References.

Translation by Cruz-Alberto Martínez-Arcos, M.A. University of London

## 1. Introducción

Las primera revistas científicas aparecieron en la segunda mitad del siglo XVII y llegaron precedidas por las cartas que intercambiaban los investigadores para explicar sus experimentos científicos. Progresivamente en esas cartas se fueron introduciendo notas y comentarios a los textos configurando una auténtica correspondencia epistolar entre los investigadores. Sin embargo eran textos eminentemente dialógicos en los que el conocimiento se producía entre dos interlocutores. Con la extensión de la imprenta se produjo una modificación del sistema de comunicación científica y, junto a los libros que publicaban los científicos, aparecieron las primeras revistas (todavía no totalmente científicas) pero introductorias de un nuevo sistema de comunicación científica. Fue un efecto mimético a los diarios informativos que resumían o relataban noticias. Las primeras revistas científicas fueron *Le Journal des sçavans* (5 enero 1665, Francia), el *Philosophical Transactions of the Royal Society* en Londres (1665, Inglaterra), *Acta Eruditorum* (1682, Alemania).

El creador del JCR es Eugene Garfield y la primera idea que formuló sobre la creación de un factor de impacto como medida de evaluación de la importancia de las revistas científicas lo explicitó en 1955. Cinco años más tarde inició el proyecto con el impulso de un índice específico (*Genetic Citation Index*), y que se concretó con la

creación del *Science Citation Index* (SCI) en 1961 (Garfield, 2005). El JCR (*Journal of Citation Reports*) fue creado por el SCI en 1975 como un suplemento anual del impacto y de las citas recibidas por una revista.

El JCR proporciona un listado de las citas recibidas por las revistas que se incluyen en el SCI (*Science Citation Index*). Básicamente lo que ofrece el JCR es una serie de indicadores que nos permite conocer las citas que ha recibido una revista estableciendo jerarquías y comparaciones en un mismo campo científico de conocimiento. Es un mecanismo para conocer las revistas que más se consultan y se citan por los investigadores, qué revistas son las que tienen mayor impacto entre una determinada comunidad científica o las actuales investigaciones más citadas.

A pesar de que el índice de impacto es el índice más conocido del JCR nos encontramos con otros estudios bibliométricos. Son los siguientes:

1. *Journal Rankings*: su función es la de ordenar las revistas en una serie de apartados como son por nombre de la revista, por el número total de citas recibidas, por el factor de impacto (*impact factor*), por el índice de inmediatez (*immediacy index*), según el número de artículo fuente en el año presente (*source items*) y, finalmente, el recuento de todas las citas en los dos años anteriores. El factor de impacto es el cociente entre el número de citas de un año del total de artículos publicados en la revista en los dos años previos y el número de artículos citables publicados en los dos años previos. El propio Garfield (1998) señalaba que cuando un investigador cita una investigación es porque ésta le ha producido un impacto y cuánto más la cite más impacto le ha producido.
2. Abreviaturas de las revistas (*Journal Title Abbreviations*), que consiste simplemente en el listado de los nombres de las revistas de una manera abreviada. No es un aspecto absolutamente relevante para el investigador y es un sistema de economía espacial en sus informes.
3. Listado de vida media de las revistas (*journal half-life listing*) que pretende conocer el grado de actualidad de la revista mediante el análisis de la permanencia en el tiempo de las citas que realizan los investigadores.
4. Relación de datos fuente (*Source Data Listing*) que recoge los artículos publicados por una revista y el número de referencias que contienen esos artículos.
5. Listado de referencias emitidas (*Citing journal listing*) que nos da información sobre qué revistas están citando a otras. Es decir se puede conocer qué revistas son más citadas por los autores que escriben en una determinada revista. Consecuentemente también este índice nos permite conocer el número de autocitas de una revista. Este es un aspecto muy

relevante ya que permitiría contextualizar el índice de impacto como criterio excesivamente cuantitativo y evitar mecanismos como aumentar el factor de impacto aumentando el porcentaje de índice de autocitas.

6. Listado por categorías (*Subject Category Listing*) que agrupa a las revistas por ámbitos de conocimiento. Pueden existir revistas que se encuentren en más de una categoría. Normalmente suelen ser los listados que circulan entre los investigadores para conocer las revistas que se encuentran en su disciplina científica.

El ISI selecciona a las numerosas revistas que integra en sus bases de datos y que son las siguientes:

1. *Arts and Humanities Citation Index* (A&HCI) que abarca a revistas del arte y de las humanidades y que están estructuradas en disciplinas científicas.
2. *Science Citation Index* (SCI), que integra a las materias de las ciencias formales ya sean básicas como aplicadas. Se integran determinadas disciplinas como son matemáticas, química, medicina, microbiología, física, entre otras.
3. *Social Sciences Citation Index* (SSCI) que recoge la revistas del campo de las ciencias sociales y que abarca a unas 50 disciplinas, entre las que se encuentra la comunicación.

El ISI, además, elabora anualmente dos publicaciones complementarias, el *Journal Citation Reports* (JCR) *Social Sciences Editions* y el *Sciences Editions* que contiene los índices bibliométricos.

### **1.1. El factor de impacto**

El principal instrumento de estructuración de las revistas y de la repercusión entre los investigadores es el factor de impacto. Según Garfield (2003: 363) el factor de impacto y otros índices bibliométricos son utilizados en la actualidad, en la mayoría de los países, para evaluar la investigación científica: proyectos de investigación, revistas, artículos, investigadores e instituciones.

Las primeras apelaciones a realizar estudios sobre el impacto de las revistas como consecuencia de la importancia que le confieren por propios investigadores datan de los años 20. Son postulados que pretenden introducir determinados conceptos como son la relevancia de los artículos, la influencia de los textos entre los investigadores o la mejora del conocimiento de una disciplina. Así, Gross y Gross (1927) señalaron la necesidad de que los artículos científicos pudieran medir su influencia a partir de las citas de otros autores. Y eso suponía un criterio inicial de calidad científica que era otorgado por los propios pares al considerar que la investigación era relevante para una disciplina y que mejoraba su conocimiento.

Sin embargo, los conflictos bélicos condicionaron sobremanera la expansión de los estudios al respecto. De ahí que hasta mediados de los años 50 no se comienzan a realizar de una manera sistemática estudios bibliométricos. Esta disciplina se basa en la necesidad de que los investigadores reconozcan la labor investigadora de otras personas por lo que el aspecto esencial de la bibliometría es la citación, entendido como el reconocimiento intelectual de una investigación no sólo realizada sino publicada. Este es un elemento caudal para poder entender el panorama actual de la investigación ya que no sólo es importante realizar investigaciones sino que éstas deben estar a disposición de la comunidad científica, es decir, debe ser publicada. Eso ha llevado a que se establezcan mecanismos de conocimiento de las investigaciones mediante libros o revistas. La investigación se centra esencialmente en las revistas por lo que se establecen un listado de publicaciones que son más relevantes en un determinado campo de conocimiento. Por tanto, un primer aspecto que debe tenerse presente en la investigación son las bases de datos que se encuentran a disposición de los investigadores. Las bases son numerosas y sería pertinente establecer una jerarquía entre ellas porque numerosos factores determinan su presencia intelectual entre los investigadores como pueden ser:

- política científica de los países al primar unos índices frente a otros
- la política editorial que se inserta en las grandes bases de datos de revistas
- la preponderancia de bases de datos de determinados ámbitos geográficos frente a otros
- la escasa presencia de determinados idiomas en algunas bases de datos
- la escasa actividad e iniciativa de revistas para ser incluidas en las bases de datos

El JCR señala que su función es diseñar herramientas cuantitativas para clasificar, evaluar, categorizar y comparara revistas científicas. Una de esas herramientas es el factor de impacto que mide la frecuencia media de artículos de una publicación que han sido citados en un determinado año o período. El JCR anual sobre el factor de impacto es, por lo tanto, un índice entre el número de citas y el número de artículos publicados. Es decir, el factor de impacto se calcula dividiendo el número de citas que una publicación tiene en un determinado año por el número de artículos publicados en esa revista durante los dos años previos. El factor de impacto de una revista determinada se calcula cada año (ej., 2008). Para ello se cuentan las citas que reciben durante dicho año (2008) todos los documentos publicados en la revista en los dos años anteriores (ej. 2007 y 2006). El número total de citas es el numerador. Acto seguido, se cuentan todos los “ítems citables” publicados en la revista en dichos años (2007 y 2006) y ya tenemos el denominador. El factor de impacto se calcula dividiendo el numerador entre el denominador.

$$\text{Factor de impacto (2008)} = \frac{\text{Citas en 2008 a documentos publicados en 2007 y 2006}}{\text{Items citables publicados en 2007 y 2006}}$$

Un aspecto importante es que el numerador cuantifica todas las citas que reciben los documentos publicados en las revistas (artículos, cartas al director, reseñas, editoriales) y el denominador incluye exclusivamente los artículos y las revisiones. Por tanto, una revista que sea citada por sus cartas al director, editoriales o reseñas aumentará en mayor proporción su índice de impacto y eso favorece a las principales revistas. Por otra parte, para el cálculo del factor de impacto se cuentan tanto las citas que provienen de otras revistas como las que aparecen en artículos publicados en la propia revista (autocitas de la revista). Igualmente se cuentan las citas que realizan los investigadores a sus propios artículos (autocitas). A su vez los editores de las revistas se sirven de determinadas acciones para incrementar el factor de impacto. Las más usuales son:

- publicación de revisiones
- publicar artículos polémicos o debates científicos que atraigan a los investigadores
- publicar notas breves o investigaciones cortas que no sean contemplados por el ISI en el denominador
- que los revisores recomienden determinadas publicaciones personales o de revistas en las revisiones de los artículos
- los editores recomiendan que se cite los artículos de sus revistas en otras publicaciones internacionales

Existe una norma de estructura generalizada sobre los artículos científicos en las revistas internacionales. Así, la mayoría de las revistas plantean que los artículos sigan el esquema IMRAD (Introduction, Methods and Materials, Results, and Discussion (introducción, materiales y métodos, resultados y discusión), que fue establecido por el ICMJE (International Committee of Medical Journals Editors: Comité Internacional de Editores de Revistas Médicas). En nuestro país todavía cada publicación sigue un esquema propio aunque la tendencia es hacia una cierta estandarización de la estructura. Además de la calidad de los artículos, uno de los aspectos que los investigadores deben tener presente en su intención de participación en revistas incluidas en el JCR es el respeto de esa estructura.

Sin embargo, los ámbitos más relevantes y conocidos para los investigadores son el journal rankings y el listado por categorías. El primero se utiliza para conocer esencialmente el factor de impacto de las revistas aunque hay que explicar que es erróneo establecer el índice de impacto comparado entre revistas de diferentes categorías. Lo más pertinente es la comparativa entre factor de impacto dentro de una misma categoría y por eso los órganos oficiales de acreditación y de evaluación en España como son la ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y

Acreditación) y la CNEAI (Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora) introducen el término de cuartil, que consiste en la división de las revistas en cuatro partes. El sistema es muy sencillo: el número total de revistas se dividen en cuatro partes y se distribuyen de esa manera. Por ejemplo en una categoría con 100 revistas, en el primer cuartil estarían las revistas que van de primer factor de impacto al número 24 más alto, en el segundo cuartil la revista que ocupa la posición 25 por factor de impacto hasta la 49, y así sucesivamente. Nos parece más pertinente el cuartil que el factor de impacto porque permite conocer la posición de la revista de una manera individual y sin tener que recurrir a consultar el factor de impacto del resto de asignaturas. Los estudios sobre bibliometría en España inciden en este aspecto (Castillo y Carretón, 2010; Martínez y Saperas, 2011 y López-Ornelas, 2009)

No obstante, no se debe maximizar el criterio cuantitativo para evaluar la influencia o el impacto de los artículos científicos ya que incluso el propio ISI recomienda a los usuarios del JCR que los datos cuantitativos de citas no deben reemplazar sino complementar cualquier otra información cualitativa tradicional y subjetiva como la "revisión por expertos" o las opiniones de especialistas. Desgraciadamente, la política científica en España y la valoración del trabajo de los investigadores se centran casi exclusivamente en índices cuantitativos para evaluar la calidad científica. Los propios criterios que utilizan la propia ANECA o las agencias de evaluación de ámbito autonómico son estrictamente cuantitativos, sin duda por una cuestión económica pero es reducir a cifras la calidad de la ciencia. Eso supone otorgar los criterios evaluadores a otras instancias como son las organizaciones que evalúan la actividad científica (El JCR es una de ellas pero no la única) a partir de la concurrencia o no de artículos en sus publicaciones cuando ese campo es muy complejo y está imbricado por cuestiones de políticas nacionales de hegemonía científica (subrepresentación de revistas españolas en el ISI, entre otros aspectos), políticas de los propios editores (criterios de aprobación de artículos, cómo se distribuyen los artículos a los revisores, etc.) y redes de investigadores.

En este sentido, los criterios que se contemplan en el ISI para que una revista sea incluida no son excesivamente complejos ni complicados. Los elementos más estandarizados son una periodicidad permanente para evitar apariciones esporádicas, el cumplimiento de normas internacionales de revistas con ISSN como son un título que responda a la dirección temática de la revista, información de todos los autores, que el resumen y las palabras claves sean en el idioma original y en inglés, que el proceso de revisión de las revistas sea un revisión anónima por pares (*peer review*) y que sean revistas relevantes en su campo científico a través de las citas de los investigadores de dicho campo científico. Esos criterios mínimos son fácilmente asumibles por las revistas e incluso son más exhaustivos y numerosos los establecidos por *Latindex* con 33 indicadores.

En esta investigación se han utilizado como variable de investigación los más usuales indicadores bibliométricos:

- a. *Indicadores de producción.* Se centran en el recuento de las publicaciones. Miden el número de revistas, la productividad científica (de autores, de países, de instituciones). Pueden medir el índice de producción (cantidad de autores que son responsables del 50% de los trabajos) y el índice de transitoriedad (número de trabajos que tienen un solo autor). Para ello se ha seleccionado una muestra de las revistas que aparecen en el apartado de Comunicación del ISI. La muestra han sido las 10 revistas de mayor impacto en el año 2008. El criterio de selección ha sido la aplicación de la Ley de Bradford.
- b. *Indicadores de circulación.* Su función es la de medir la presencia de trabajos científicos en bases de datos bibliográficas. Los principales indicadores son: número de trabajos circulantes (cantidad de trabajos indexados), índice de circulación (cociente del número de trabajos circulantes y la totalidad de los trabajos publicados por una revista en un periodo de tiempo) e índice de productividad circulante (logaritmo del número de trabajos circulantes). En esta investigación se han analizado todos los artículos publicados por las 10 revistas seleccionadas en el año 2008.
- c. *Indicadores de visibilidad e impacto.* Estrictamente se basa en el recuento de las citas que recibe un trabajo científico durante un periodo de tiempo o a partir de una revista. Realizado a partir del propio índice de impacto que realiza el ISI y como criterio de selección de las revistas.
- d. *Indicadores de colaboración.* Intenta analizar el grado de colaboración entre los investigadores y se centra en las autorías. Para ello se ha recurrido al número de investigadores, el género y la procedencia de los investigadores (académica-profesional). Fernández Quijada (2008: 3), citando a Masip, señala que la procedencia de los autores que publicaron entre 1994 y 2004 en las 35 revistas incluidas en la sección de comunicación del JCR era estadounidense en un 66,89%.
- e. *De la lengua que se utilizan en las revistas seleccionadas.* El uso del idioma español ha sido muy escaso en las revistas del ISI lo que ha conllevado numerosas críticas desde la década de los 80 al hecho de que fuera considerado un sistema válido de evaluación de la actividad científica. Según un estudio de Rudolfodegil (1996: 272) en 1994 se registraron en el SCI 963 publicaciones en español contenidas en un total de 12 revistas y en el SSCI 279 publicaciones contenidas en 23. No es sólo una cuestión del español sino que otras lenguas también tienen dificultades frente a la hegemonía del inglés. Van Leeuwen et al. (2001: 345) señalan que una parte



significativa de los textos contienen publicaciones de su propio idioma, especialmente en publicaciones de Alemania, Francia y Suiza. Garfield ha señalado que el idioma científico de nuestra época es el inglés “Publishing in English is an indicator that the publisher recognizes that the maximum number of readers can be reached with English” (2003:368), ya que “At this stage in history English has become the lingua franca of science and commerce. At another time it was German or Latin (2003:369)

En este sentido un aspecto muy controvertido es la ausencia de numerosas revistas en el JCR y la hegemonía de revistas de Estados Unidos en el ámbito temático de la comunicación. Los factores que se contemplan en la evaluación son tanto cualitativos como cuantitativos y tienen que ver con:

- Que la publicación que se somete a consideración cumpla los criterios estandarizados en las revistas científicas, como pueden ser el comité editorial, el resumen en dos idiomas (uno de ellos inglés), la revisión anónima por pares, entre otros.
- El tipo de contenido de la revista como pueden ser artículos realizados con criterios científicos.
- Una cierta diversidad internacional de los diferentes investigadores que publican sus artículos
- Que el sistema de citas bibliográficas sea acorde con los criterios normalizados internacionalmente

Esencialmente las condiciones que hay que cumplir:

- *Puntualidad y regularidad de la publicación* es un criterio básico en el proceso de evaluación. Para medir esta capacidad se evalúan tres números consecutivos de la revista, uno tras otro, tan pronto como son publicados. Esto es aplicable igualmente a revistas electrónicas que tienen establecida una periodicidad. No obstante, en el caso de revistas electrónicas que no tienen periodicidad sino que van acumulando los artículos independientemente, se debe observar un flujo constante de artículos durante varios meses.
- *Facilidad para la recuperación de las fuentes*. El Comité de selección de ISI-Thomson contempla si las revistas siguen las convenciones editoriales internacionales, que optimizan la recuperación de las fuentes de artículos. Estas convenciones incluyen el título informativo de la revista, la descripción de artículos, títulos y resúmenes, información bibliográfica completa para todas las referencias citadas, y la información o dirección completa de cada autor.
- *Idioma*: Thomson Scientific se centra en las revistas que publican el texto íntegro en inglés, o al menos, su información bibliográfica en inglés. No

obstante el texto en inglés no es un requisito que se valore en *Arts & Humanities* cuando la materia del estudio se opone a ese requisito, por ejemplo, la investigación en las literaturas regionales.

- *Revisión inter-pares*: La aplicación del procedimiento de revisión inter pares es otra indicación de la revista e indica las normas de calidad general de la investigación publicada y la integridad de referencias citadas.
- *Fuentes de financiación y apoyo*: También se recomienda que, siempre que sea posible, los artículos publiquen información sobre la fuente de financiación y apoyo a la investigación presentada.
- *Diversidad Internacional en las revistas de ámbito internacional*: Se valora la diversidad editorial entre los autores y los miembros del equipo editorial de la revistas. Esto es particularmente importante en las revistas dirigidas a un público internacional. Hoy en día la investigación científica se lleva a cabo en un contexto global y una revista con diversidad internacional es más probable que tenga importancia en la comunidad internacional de investigadores.

Respecto a las Revistas electrónicas el formato es extremadamente importante para Thomson Scientific. Hay que seguir unas directrices que ayudan a asegurar las citas correctas de los artículos y reducen la posibilidad de ambigüedad en ellas. Es necesario identificar con facilidad los siguientes elementos:

- Título de la publicación periódica
- Año de publicación
- Volumen y / o número de la publicación (si procede)
- Título del artículo
- Número de página o Número del artículo (uno u otro son obligatorios). Si la revista tiene números de página y números de artículo hay que especificarlos por separado y no fusionarlos. El número de cada artículo debe estar claramente diferenciado y no tener ambigüedad (no se deben repetir numeraciones similares en volúmenes diferentes).
- Autores, nombres y direcciones
- Todos los identificadores del artículo como DOI, PII y los números de los artículos.
- Además debe tener una tabla completa de contenidos para cada uno de los números que deben incluir: la página y el número de artículo para cada uno de los artículos (a menos que la revista se publique como artículos independientes cada vez).

## 2. Material y métodos

Una vez planteado el contexto que explica y determina el funcionamiento del índice de Impacto, y entrando ya en el objeto de estudio de este artículo, dicho factor de impacto

de las revistas científicas en el ámbito de las Ciencias Sociales y más específicamente en el de la Comunicación han sido objeto de estudio y de polémicos debates durante los últimos años. El hecho de que este factor mida tan sólo el número de citas de los artículos durante los dos últimos años ha sido considerado insuficiente por la comunidad científica que, en el caso español, ha promovido ya algunas alternativas interesantes al indicador del *Factor de Impacto Thomson ISI* tales como el *Latindex* o el *In-Recs* (índice de impacto de revistas españolas en Ciencias Sociales) desarrollado por el grupo EC<sup>3</sup> del Departamento de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Granada.

Mediante el presente artículo se pretenden analizar algunos de los problemas metodológicos más comunes que se presentan a la hora de evaluar las revistas científicas de comunicación y para ello se han tomado como referencia las 10 publicaciones indexadas en el *Social Sciences Citation Index* con mayor impacto. Mediante el análisis de contenido se estudiará la procedencia y vinculación académico-investigadora de los autores que aparecen reflejados en estas publicaciones, así como las temáticas de los artículos, los géneros y las metodologías utilizadas.

Para tal fin y como el ánimo de facilitar la comprensión del estudio de las revistas analizadas, dividiremos los criterios de análisis en tres categorías:

- 1) Aspectos formales: en el que constataremos la media de artículos de cada una de las revistas y el número de páginas por artículo.
- 2) Datos de autoría: en este apartado analizaremos todo lo concerniente a los autores de los artículos de las revistas analizadas, desde su número y composición por género hasta la procedencia (académica o profesional) de los mismos, pasando por el origen académico o institucional de los mismos.
- 3) Aspectos metodológicos: trataremos de determinar las líneas generales de la metodología empleada para la elaboración de los artículos, así como la temática general de los mismos y su posterior uso bien a nivel teórico o bien a nivel práctico.

La selección de las revistas se ha realizado a partir del Factor de Impacto de las revistas incluidas en la sección de comunicación del SSCI incluidas en el JCR. Nos encontramos con que el listado de las revistas en comunicación incluye a 45 publicaciones de diferentes países. Todos los datos de la investigación se refieren al Factor del Impacto del año 2008.

**Cuadro 1. Nacionalidad**

<b>NACIONALIDAD</b>	<b>%</b>
ESTADOS UNIDOS	55,55
INGLATERRA	35,55
HOLANDA	4,44
ALEMANIA	2,22
ESLOVENIA	2,22

En el cuadro 1 se puede observar que no aparece ninguna revista española entre las incluidas en el listado del SSCI.

**Cuadro 2. Idioma**

<b>IDIOMA</b>	<b>%</b>
INGLÉS	97,77%
OTROS IDIOMAS	2,22%

El idioma de transmisión del conocimiento es el inglés para todas las revistas aunque una de ellas (*Javnost*) incluye la posibilidad de publicar en otros idiomas. Aunque no es objeto de este trabajo en el año 2009 ya se han incluido nuevas revistas que suponen una ligera modificación de los datos. Es el caso, por ejemplo, de tres revistas españolas.

**Cuadro 3. Editor**

<b>EDITOR</b>	<b>%</b>
SAGE	24,44
ROTLEDGE-TAYLOR AND FRANCIS	20
WILEY-BACKWELL	8,88
ELSEVIER	6,66
LAURENCE ERLBAUM	4,44
JOHN BENJAMINS PUBLISHING	4,44
ADVERTISING RESEARCH FOUNDATION	4,44
OXFORD UNIVERSITY PRESS	4,44

Se observa que todas las revistas que están incluidas en el ámbito de comunicación están gestionadas por grandes grupos empresariales lo que aporta estructuras comunicativas fuertes, aplicaciones informáticas potentes en la gestión digital de las

revistas y un soporte económico significativo. Es decir, las revistas se gestionan por profesionales y son un negocio económico.

La muestra de revistas que se han seleccionado para la investigación son las diez primeras revistas por factor de impacto en el año 2008. La principal revista con factor de impacto es *Journal of Communication* con un factor de impacto del 2.266, seguida de una revista especializada en la investigación sobre ámbitos de la salud (*Journal of Health Communication* con un IF del 2.057) y en tercer lugar encontramos a una revista histórica en el ámbito de la comunicación como es el caso de *Public Opinion Quarterly* con un factor de impacto del 1.972. La selección se ha realizado siguiendo la Ley Bradford.

**Cuadro 4. Principales revistas**

REVISTA	Factor de impacto
<i>JOURNAL OF COMMUNICATION</i>	2.266
<i>JOURNAL OF HEALTH COMMUNICATION</i>	2.057
<i>PUBLIC OPINION QUARTERLY</i>	1.972
<i>JOURNAL OF COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION</i>	1.901
<i>HUMAN COMMUNICATION RESEARCH</i>	1.689
<i>COMMUNICATION RESEARCH</i>	1.473
<i>COMMUNICATION THEORY</i>	1.422
<i>INTERACTION STUDIES</i>	1.359
<i>CYBERPSYCHOLOGY &amp; BEHAVIOR</i>	1.295
<i>PUBLIC UNDERSTANDING OF SCIENCE</i>	1.286

Una vez seleccionadas las revistas se procedió al análisis de todos los artículos publicados en el año 2008 mediante la aplicación de una plantilla de análisis que contenía aspectos de género, de investigadores implicados, la extensión de los artículos, la temática de la investigación, la dedicación del investigador y la metodología aplicada en la investigación. Se han analizado un total de 758 artículos.

### 3. Resultados

El estudio de cada uno de los artículos de las diez revistas analizadas ha ofrecido los siguientes resultados comparativos.

#### 3.1.Aspectos formales

Limitándonos en este aspecto a cuestiones relacionadas con el número de artículos por revista y el número de páginas de media por artículo, podemos concluir que es en este

único apartado dónde se aprecia una mayor similitud entre las revistas analizadas y, salvo el caso de *Cyberpsychology & Behavior*, todas ofrecen resultados similares.

**Cuadro 5. Tabla de análisis**

CONCEPTO		Análisis del Artículo
<b>Título del Artículo</b>		
<b>Sexo</b>	Hombre	
	Mujer	
<b>Número de Investigadores</b>		
<b>Procedencia</b>	Misma Universidad	
	Diferente Universidad	
<b>Metodología</b>	Comparativa	
	Estudio / Encuesta	
<b>Número de Páginas</b>		
<b>Temática de la Investigación</b>		
<b>Dedicación</b>	Docente	
	Profesional	
<b>Investigación</b>	Aplicada	
	Teórica	

**Cuadro 6. Número de artículos y número de páginas**

REVISTA	Número de Artículos (Media)	Número de Páginas (Media)
<i>JOURNAL OF COMMUNICATION</i>	7,25	20
<i>JOURNAL OF HEALTH COMMUNICATION</i>	5,75	15,64
<i>PUBLIC OPINION QUARTERLY</i>	6,75	17,36
<i>JOURNAL OF COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION</i>	9,25	24,6
<i>HUMAN COMMUNICATION RESEARCH</i>	6,5	26,3
<i>COMMUNICATION RESEARCH</i>	6	24
<i>COMMUNICATION THEORY</i>	6	23,5
<i>INTERACTION STUDIES</i>	8,6	20,6
<i>CYBERPSYCHOLOGY &amp; BEHAVIOR</i>	26	5
<i>PUBLIC UNDERSTANDING OF SCIENCE</i>	6,75	15,51

Respecto al número de artículos por número, la media se sitúa entre 6 (Caso de *Communication Research* y *Communication Theory*) y 6,75 (*Human Communication*

*Research*), siendo ligeramente superada esa media por la revista *Interaction Studies* (8,6) y *Journal of Computer-Mediated Communication* con 9,25. El caso de *Cyberpsychology & Behavior* es especialmente llamativo ya que dicha revista se caracteriza por un incluir un número relativamente amplio de artículos (entre 20 y 30 artículos por número) con un reducido número de páginas (entre 4 y 5 por artículo) por lo que difiere notablemente respecto a las otras cuatro publicaciones referenciadas.

En ese último aspecto, el del número de páginas por artículo, también existe una notable similitud entre las publicaciones anteriores, puesto que la media oscila entre las 15,51 páginas por artículo de *Public Understanding of Science* y las 26,3 de *Human Communication Research*. El caso de *Cyberpsychology & Behavior*, como habíamos indicado, es especialmente diferenciador al ofrecer una media de 5 páginas por artículo en cada uno de los seis números analizados correspondientes al año 2008.

### 3.2. Datos de autoría

El estudio de este apartado ha tenido en cuenta la siguientes variables:

1. Número de autores.
2. Sexo de los autores.
3. Procedencia.
  - 3.1. Académica o profesional
  - 3.2. De la misma o distinta institución

Respecto al dato cuantitativo del número de autores que por lo general participa en la elaboración de un artículo los resultados son tremendamente heterogéneos pues si bien es frecuente encontrar en las diez revistas analizadas artículos elaborados por una sola persona también lo es el caso contrario y en muchas ocasiones encontramos colaboraciones de hasta 8 y 9 investigadores. A pesar de estas diferencias los promedios ofrecidos no difieren en exceso entre una y otra revista y así la media oscila entre 1,5 autores por artículo en *Communication Theory* y 3,94 en *Journal of Health Communication*.

A pesar de la relativa similitud ofrecida por esta variable si analizamos el número de autores que figuran en cada uno de los números de las revistas analizadas la homogeneidad desaparece puesto que pasamos de los 13 autores por número de *Communication Research* y *Public Understanding of Science* a los 78 de *Cyberpsychology & Behaviour*, pasando por los 17,5 y 18,3 de *Human Communication Research* e *Interaction Studies*, respectivamente o los 35 de *Communication Theory*.

Quizá uno de los datos más significativos del presente estudio sea el ofrecido por la variable “sexo de los autores” puesto que se observa como la participación de hombres y mujeres en el ámbito de las revistas científicas de comunicación es cada

vez más uniforme con datos tan parejos como los ofrecidos por *Human Communication Research* (50,8% de los autores son hombres y 49,2% mujeres) o

**Cuadro 7. Autoría**

REVISTAS	Número Investigador	Sexo (%)	Dedicación (%)	Procedencia
	Total / Media	Hombre/Mujer	Universidad/ No universidad	Misma Univ./ Diferente Univ.
<i>Journal of Communication</i>	17,5/2,41	60/40	94,29/5,71	44,43/55,54
<i>Journal of Health Communication</i>	19,25/3,94	48,05/51,94	71,42/28,57	29,41/70,58
<i>Public Opinion Quarterly</i>	23,5/2,84	67,02/32,97	80,85/19,14	37,92/62,03
<i>Journal of Computer Mediated Communication</i>	21,25/2,36	67,05/32,94	91,76/8,23	38,45/61,49
<i>Human Communication Research</i>	17,5/2,7	50,8/49,2	100/0	56,2/43,8
<i>Communication Research</i>	13/2,1	61/39	100/0	54/46
<i>Communication Theory</i>	35/1,5	53,5/46,5	100/0	67,2/32,8
<i>Interaction Studies</i>	18,3/2,1	62,4/37,6	94/6	73,6/26,4
<i>Cyberpsychology &amp; Behaviour</i>	78/3	66/34	76/24	74/26
<i>Public Understanding of Science</i>	13/2,08	67,3/32,69	67,30/32,69	53,33/46,66

*Communication Theory* (53,5% hombres y 46,5% mujeres). Las otras revistas presentan una mayor distancia en cuanto al género de los autores responsables de sus artículos siendo en todos los casos mayor la participación masculina que la femenina (61% hombres frente a 39% mujeres en *Communication Research*; 62,4% hombres frente a 37,6% mujeres en *Interaction Studies*; y 66% hombres frente a 34% mujeres en *Cyberpsychology & Behavior*). La principal diferencia la encontramos en la revista *Public Opinion Quarterly* con una relación de 67,02% de hombres frente a un escaso 32,97% de mujeres.



Respecto a la dedicación profesional de los investigadores responsables de los artículos en las revistas analizadas existe una abrumadora mayoría a favor del ámbito universitario siendo éste en 3 de los 5 casos analizados el principal origen de todos sus autores. Así en *Human Communication Research*, *Communication Research* y *Communication Theory* el 100% de los autores procede de instituciones universitarias no existiendo ni un solo caso en el que alguno de los autores se desempeñe fuera del ámbito académico. No sucede lo mismo en las otras dos publicaciones en las que encontramos una mayor implicación del ámbito empresarial o industrial aunque muy por debajo todavía de los investigadores de origen universitario. Sin embargo es de reseñar el 24% de autores vinculados con el ámbito empresarial que han participado en la elaboración de los artículos de *Cyberpsychology & Behavior* y, aunque mucho menor, el 6% del mismo ámbito que han colaborado en la redacción de los artículos de *Interaction Studies*. En este sentido, nos encontramos en las revistas *Public Understanding of Science* y *Journal of Health Communication* una participación alta de investigadores que no proceden del ámbito universitario con el 32,69% y el 28,57%, respectivamente.

Por último y una vez analizada la vinculación profesional de los autores, resulta llamativo el resultado de la variable “Procedencia de la misma o distinta institución” puesto que todos los casos se observa una intensa colaboración entre investigadores procedentes de distintas instituciones (generalmente vinculadas al ámbito académico) si bien suele ser mayor el porcentaje de autores que colaboran en la elaboración de un artículo y que proceden de la misma institución. A pesar de ello los resultados extraídos del análisis de *Human Communication Research* y *Communication Research* ponen de manifiesto la existencia de una clara colaboración entre investigadores de diversas instituciones (el 43,6% de los autores en *Human Communication Research* y el 46% en *Communication Research* procede de distintas instituciones o universidades). Las otras publicaciones analizadas ofrecen resultados más próximos a la realidad de las revistas científicas en el ámbito de la comunicación puesto que, si bien también reflejan una importante colaboración entre autores de diferente procedencia, destacan claramente los autores que colaboran en la elaboración de un artículo procediendo de la misma institución (el 67,2% de los autores en *Communication Theory*, el 73,6% de los autores en *Interaction Studies*; y el 74% de los autores en *Cyberpsychology & Behavior* proceden de la misma institución o universidad).

### 3.3. Aspectos metodológicos

Sin duda alguna ha sido en este último apartado donde la capacidad de síntesis y generalización ha sido más necesaria a la hora de enfocar con éxito el estudio y así poder determinar unas líneas generales que permitan un estudio comparativo de las publicaciones científicas analizadas y ello es debido en parte a la dificultad que

plantea encontrar temas comunes en revistas que, a pesar de pertenecer todas ellas al ámbito de la comunicación, se centran en aspectos muy particulares de ésta, tales como la Psicología de la Comunicación, la Realidad Virtual, las Nuevas Tecnologías o las Relaciones Públicas.

En cualquier caso hemos intentado concretar los argumentos de los artículos analizados y organizarlos temáticamente en función de aquellos puntos o líneas generales sobre los que versaba cada uno de ellos con el fin de poder ofrecer una visión más general de los contenidos abordados por cada publicación.

Desde el punto de vista de la metodología empleada en el desarrollo de los artículos analizados apreciamos una notable diferencia entre las publicaciones analizadas. Publicaciones como *Human Communication Research*, *Communication Research* y *Cyberpsychology & Behavior* se desmarcan claramente con una clara preferencia por el método analítico-descriptivo frente a la documentación. Así, en estos tres casos, la metodología que prevalece está basada en el uso de encuestas, en particular mediante el uso de cuestionarios en escalas, y casos de observación y experimentación (72% de los artículos en *Human Communication Research*; 83,5% de los artículos en *Communication Research* y 85% de los artículos en *Cyberpsychology & Behavior*) frente al planteamiento de estados de la cuestión y desarrollos teóricos que predomina en *Communication Theory* (67,8% de los artículos) y *Interaction Studies* (63,2% de los artículos).

La cuestión temática es sin duda la que mayor complejidad ha planteado a la hora del presente estudio ya que la diversidad de temas abordados en los 434 artículos analizados hacía realmente complicada una categorización que nos permitiera un estudio comparativo de estas publicaciones. A pesar de dicha complejidad hemos logrado establecer unos patrones en común que, a pesar del carácter monográfico de algunos de los números analizados, nos permiten ofrecer unos resultados en los que destaca la temática psicológica como principal punto de interés debido fundamentalmente a que éste es el ámbito de estudio de la publicación que más artículos por número ofrece (*Cyberpsychology & Behavior*). Al margen de esta publicación y de su clara preferencia por esta área de las Ciencias Sociales podemos establecer la siguiente clasificación por áreas temáticas:

1. Psicología, terapias y emociones	99 artículos
2. Comunicación Social	73 artículos
3. Videojuegos y realidad virtual	30 artículos
4. Relaciones Públicas y Publicidad	62 artículos
5. Internet y globalización	80 artículos
6. Medios de Comunicación y Periodismo	20 artículos
7. Comunicación Audiovisual	26 artículos
8. Comunicación política	5 artículos
9. Recepción	34 artículos

**Cuadro 8. Temas de investigación**

REVISTAS	METODOLOGÍA (%)		TIPO INVESTIGACIÓN (%)		Temática Investigación
	Comparativa	Descriptiva	Aplicada	Teórica	
<i>Journal of Communication</i>	48,27	51,72	68,96	31,03	Televisión (8) Relaciones Públicas (7) Diarios (4) Cine (6) Internet (6) Revistas (1) Publicidad (1)
<i>Journal of Health Communication</i>	64,10	35,89	79,48	20,51	Prensa (6) Relaciones Públicas (11) Publicidad (5) CAV (7) Internet (10)
<i>Public Opinion Quarterly</i>	69,69	30,3	78,78	21,21	Internet (1) Telefonía (1) Encuestas (7) Género (7) Recepción (8) Relaciones públicas (6) Prensa (1) Raza (2)
<i>Journal of Computer Mediated Communication</i>	55,55	44,44	75	25	Redes sociales (4) Foros (1) Medios digitales (3) Newsgroups (1) Webs (17) Correo electrónico (1) Blogs (4) Telefonía móvil (3) Sala prensa virtuales (1) Comunic. viral (1)
<i>Human Communication Research</i>	28	72	48,2	51,8	Comunic. Social (8) Relaciones personales (8) Psicología (2) Medios de comunic.(2) Publicidad (2) Internet (2) Comunic. AV (1) Videojuegos (1)
<i>Communication Research</i>	16,5	83,5	66	34	Comunic. AV (5) Comunic. Política (5) Relaciones Públicas (9) Internet (8) Publicidad (4) Periodismo (4) Comunic. Social (1)
<i>Communication Theory</i>	67,8	32,2	35,7	64,3	Comunicac. Social (21) Relaciones Públicas (2) Globalización (1)
<i>Interaction Studies</i>	63,2	36,8	0	100	Comunicación Social (Interacciones) (26)
<i>Cyberpsychology &amp; Behaviour</i>	15	85	89	11	Psicología (72) Realidad Virtual (29) Comunic. Social (17) Terapias (15) Internet (13) Emociones (10)
<i>Public Understanding of Science</i>	64	36	88	12	Relaciones públicas (6) Prensa (2) Recepción (10) CAV (3)

Sin duda alguna es en *Human Communication Research* y en *Communication Research* donde se aprecia una mayor variedad temática puesto que en los otros tres casos encontramos cuantiosos números de carácter monográfico y aquellos que no cuentan con ese carácter suelen obedecer a una única línea de investigación: Psicología en *Cyberpsychology & Behavior*; Comunicación Social (Interacciones) en *Interaction Studies*; y Teoría de la Comunicación en *Communication Theory*.

Por último, la finalidad o aplicación de las investigaciones analizadas difiere considerablemente en función de la publicación de la que hablemos. Así, en el caso de *Interaction Studies* la práctica totalidad de los artículos publicados tienen un componente claramente teórico y aunque en muchos casos se basan en estudios o experimentaciones prácticas su aplicación posterior queda limitada al ámbito de la argumentación hipotética. Frente a ello destaca por su carácter eminentemente práctico *Cyberpsychology & Behavior* en la que un 89% de los artículos tienen una aplicación práctica indudable o al menos esa es su intención original. Las otras tres publicaciones varían considerablemente venciendo la investigación aplicada en el caso de *Communication Research* (un 66% de los artículos) y destacando la finalidad discursiva en el caso de *Human Communication Research* (51,8% de las investigaciones) y *Communication Theory* (64,3% de las investigaciones).

#### 4. Discusión

Desde el punto de vista formal, prima la homogeneidad siguiendo casi todas las publicaciones un mismo patrón que limita el número de artículos por número a una media de 7,5 si bien la excepción ya comentada anteriormente de *Cyberpsychology & Behaviour* con una media de 26 altera notablemente el promedio.

Respecto a la extensión de dichos artículos podemos concluir con algo similar puesto que exceptuando nuevamente la anterior publicación todas oscilan en presentar artículos con una media de 20 páginas.

En cuanto a la autoría se aprecia un creciente grado de colaboración en la elaboración de los artículos puesto que muy pocos son obra de una sola persona y en la mayoría de ellos hay incluso más de dos autores.

Por lo que respecta a la composición de los mismos, aunque cada vez con menos diferencia, predomina la autoría masculina frente a la femenina, rasgo éste que, sin embargo, se va reduciendo con el paso de los años al menos en lo que respecta a las revistas del área de Comunicación.

También hemos podido comprobar un manifiesto desequilibrio respecto a la procedencia o vinculación profesional de los autores que aparecen publicados en los artículos analizados. En ese sentido el predominio académico-universitario resulta aplastante frente a aquellos autores vinculados a sectores profesionales o instituciones diferentes a la Universidad.

En relación a este último aspecto también es notoria la colaboración interinstitucional puesto que en aquellos artículos en los que figuran más de dos autores la procedencia de estos suelen corresponder a Universidades o Instituciones distintas no produciéndose apenas ninguna coincidencia respecto al origen de los autores de un mismo artículo.

Desde el punto de vista metodológico existe una mayor heterogeneidad de la que inicialmente se preveía puesto que no se sigue un modelo o patrón común y, mientras que en unas predomina un método analítico-descriptivo, en otras hay una clara preferencia por la exposición de situaciones o aportación de documentación (estados de la cuestión)

En cuanto a la temática los patrones que hemos logrado establecer nos permiten apreciar un claro predominio de la materia psicológica debido fundamentalmente a que ese es el área de estudio de la publicación que más artículos por número ofrece (*Cyberpsychology & Behaviour*). Pero exceptuando este caso, las otras áreas temáticas predominantes claras son Internet y Globalización, Comunicación Social, y Relaciones Públicas y Publicidad, si bien también encontramos referencias a tópicos tales como la Tecnología de Entretenimiento y la Realidad Virtual, Medios de Comunicación y Periodismo, Comunicación Audiovisual, Comunicación Política y Recepción.

Si comparáramos estos resultados con las características que desde el punto de vista formal, metodológico y temático ofrecen las publicaciones científicas españolas en el ámbito de la Comunicación encontraríamos sin duda alguna grandes similitudes en todos esos aspectos. Ello nos podría llevar a pensar que la razón de la práctica inexistencia de revistas científicas españolas en los índices de impacto internacionales no se deba a la baja calidad de la investigación hispana sino que, muy al contrario, las mismas razones que argumentábamos a la hora de exponer las críticas a estos sistemas de indización y sobre todo la variable idiomática pueden ser muy bien las que expliquen el porqué de esa ausencia.

Este estudio está centrado en el año 2008 en el todavía no aparecían revistas españolas en el ámbito de la Comunicación. En años sucesivos sí que ya existen revistas españolas como son *Comunicar*, *Estudios del Mensaje Periodístico*, *Comunicación y Sociedad*, por lo que el estudio se ampliará a estas revistas.

## Referencias

- Castillo, A. y Carretón, M., (2010): "Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España." En *Revista Comunicación y Sociedad*, vol. XXIII, n. 2, 2010, pp.289-327
- Fernández-Quijada, D. (2008): "Revistas científicas e índices de impacto. A propósito de "Hacer saber", revista *Área Abierta* nº 20. Universitat Autònoma de Barcelona: 1-10

- Garfield, E. (1955): "Citation indexes to Science: a new dimension in documentation through association of ideas", *Science*, 122, 108-111
- (1996): "How can impact factors be improved?", *British Medical Journal*, 313: 411-413
- (1998): "Long-term vs short-term journal impact: does it matter?" *Scientist*, 12:10-12
- (2003): "The meaning of the Impact Factor", en *Revista Internacional de Psicología Clínica y de la Salud/International Journal of Clinical and Health Psychology*, Vol. 3, No 2, pp. 363-369
- (2005): "The Agony and the Ecstasy. The History and Meaning of the Journal Impact Factor", *International Congress on Peer Review And Biomedical Publication*, Chicago, 16 September.
- Gross, PLK, Gross EM. (1927): "College libraries and chemical education". *Science* 1927, 66: 385-389.
- Pritchard, A. (1969): "Statistical Bibliography or Bibliometrics?", *Journal of Documentation*, vol. 25, n.º 4: 348-349
- 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 10 de febrero de 2011, de [http://www.revistalatinacs.org/11/art/926\\_Vicalvaro/05\\_Nicolas.html](http://www.revistalatinacs.org/11/art/926_Vicalvaro/05_Nicolas.html)  
DOI: [10.4185/RLCS-66-2011-926-101-129](https://doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-926-101-129)
- López-Ornelas, M. (2010): "Estudio cuantitativo de los procesos de comunicación de *Revista Latina de Comunicación Social* (RLCS), 1998-2009", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 538 a 552 recuperado el 16 de enero de 2011, [http://www.revistalatinacs.org/10/art3/917\\_Mexico/39\\_Maricela.html](http://www.revistalatinacs.org/10/art3/917_Mexico/39_Maricela.html)  
DOI: [10.4185/RLCS-65-2010-917-538-552](https://doi.org/10.4185/RLCS-65-2010-917-538-552)
- Park, H. W., & Leydesdorff, L. (2009): "Knowledge linkage structures in communication studies using citation analysis among communication journals", *Scientometrics*, V. 81, No. 1: 157-175

Van-Leeuwen, T. *et al.* (2001): “Language biases in the coverage of the *Science Citation Index* and its consequences for international comparisons of national research performance”, *Scientometrics*, Vol. 51, No. 1: 335–346

Yitzhaki, M. (1998), “The ‘language preference’ in sociology: Measures of ‘language self-citation,’ ‘relative own-language preference indicator,’ and ‘mutual use of languages’”, *Scientometrics*, 41(1-2): 243-254.

---

### FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS – HOW TO CITE THIS ARTICLE IN BIBLIOGRAPHIES / REFERENCES:

Castillo-Esparcia, A., Rubio-Moraga, A. y Almansa-Martínez, A. (2012): "La investigación en Comunicación. Análisis bibliométrico de las revistas de mayor impacto del ISI", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 67. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 248 a 270 recuperado el \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de 2\_\_\_\_\_, de

[http://www.revistalatinacs.org/067/art/955\\_UMA/11\\_Castillo.html](http://www.revistalatinacs.org/067/art/955_UMA/11_Castillo.html)

DOI: [10.4185/RLCS-067-955-248-270](https://doi.org/10.4185/RLCS-067-955-248-270) / [CrossRef link](#)

Artículo recibido el 1 de marzo de 2012. Sometido a pre-revisión el 5 de marzo. Enviado a revisores el 7 de marzo. Aceptado el 14 de abril de 2012. Galeradas telemáticas a disposición de los autores el 18 de abril de 2012. Visto bueno de los autores: 19 de abril de 2012. Publicado el 21 de abril de 2012.

**Nota:** el [DOI](#) es **parte de** la referencia bibliográfica y ha de ir cuando se cite este artículo.

---