

Plataforma Latina de Revistas de Comunicación: análisis cibernético e inmersión en las redes sociales

Maricela López Ornelas - Universidad Autónoma de Baja California (México) - ornelas@uabc.edu.mx

Alejandro Álvarez Nobell - Universidad San Jorge (España) - aalvarez@usj.es

Fco. Javier Herrero Gutiérrez - Universidad de Salamanca (España) - javiherrero82@usal.es

Resumen: La Plataforma Latina de Revistas de Comunicación (PLaTCom) es un proyecto impulsado en 2010 por Sociedad Latina de Comunicación Social, cuyo objetivo es promover el surgimiento y desarrollo de nuevas revistas científicas en comunicación. Tomando como base estudios anteriores sobre la emergencia y crecimiento de nuevas publicaciones, se pretende dar continuidad a los mismos analizando el perfil de los autores que publican en estas revistas en comparación con el patrón seguido los primeros tres años; las características de la actividad editorial y las perspectivas de futuro, considerando la consolidación de los proyectos. También se presentan los resultados de la actividad de difusión de las cabeceras en redes sociales (Facebook y Twitter) y académicas (*Academia.edu*, *Mendeley*, *Researchgate* y *Cosis*), su impacto en los niveles de notoriedad de las mismas y su aporte a la divulgación científica en el campo de la comunicación social.

Palabras clave: Revistas científicas; revistas emergentes; Comunicación; cibernetría

1. Introducción

Con objeto de promover el surgimiento y desarrollo de nuevas revistas científicas electrónicas en el área de la comunicación, la Revista Latina de Comunicación Social convertida en un prototipo *científico-tecnológico* en el ámbito editorial de las ciencias de la comunicación, genera en 2010 a través de su Sociedad, el proyecto denominado Plataforma Latina de Revistas de Comunicación (PLaTCom)¹.

Dicha iniciativa, a la fecha contribuye en el asesoramiento y consolidación de proyectos enfocados a la difusión de la comunicación científica en internet (López-Orneas, 2010). Hoy por hoy auspicia a ocho publicaciones: sin embargo, para ser congruentes con la primera fase de esta investigación (Herrero, *et. al*, 2011b; y Herrero, *et. al*, 2012) solo se analizarán las mismas cinco publicaciones: *Revista Mediterránea de Comunicación*; *Fonseca, Journal of Communication*; *Miguel Hernández Communication Journal*, *Revista Pangea* y *Fotocinema*.

Para ello se plantea la continuidad de un análisis descriptivo que ordena, clasifica y expone datos cuantitativos de las revistas de comunicación seleccionadas en el período 2010 a 2012. Asimismo, y bajo un matiz cualitativo, se resalta la importancia de establecer a las redes sociales como fuente principal para su desarrollo y crecimiento, pues reconoce que la alianza *científico-social* sobre los nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias, como Facebook y Twitter, han empezado a ser considerados como un medio social de comunicación equipado de herramientas que proveen, facilitan y amplían la participación de usuarios en la generación y apropiación de contenidos en red (Flores-Vivar, 2009). Sobre Twitter, Muriel-Gomar (2008) explica que es percibido como una herramienta para la difusión interactiva de conversaciones en ámbitos formales o informales, lo que Flores-Vivar (2009) corrobora al explicar que Twitter tienen como principales funciones, la de auxiliar a los miembros de redes informales a reafirmar su presencia e identidad ante un tema.

En efecto, los procesos de evaluación de una publicación científica han evolucionado significativamente, ya que en la era digital, los niveles de calidad se establecen a través de vías complementarias Macías-Chapula (2001): donde la primera –y más antigua– se alcanza a través de la opinión de especialistas y la certificación de pares; la segunda –y más reciente–, se logra mediante la aplicación de indicadores métricos (Aguillo y Granadino, 2006).

Al respecto, la evaluación de revistas científicas en España continúa despertando un enorme interés en la última década y media, consecuencia de la actividad de las distintas agencias de evaluación, así como por el trabajo de grupos investigación que han ido especificando cada vez más los criterios de evaluación aplicados para las publicaciones científicas, especialmente en el ámbito de la comunicación (Giménez-Toledo, 2011).

¹ <http://plataformarevistascomunicacion.org/>

De manera que hay que reconocer que existen nuevas formas de estudiar y/o evaluar la comunicación que se produce en una publicación académica, ya que antes, su función principal era difundir los hallazgos científicos de un área afín, hoy adicionalmente a esa inminente responsabilidad, se convierte en su propio objeto de estudio (López-Ornelas, 2007).

Bajo una perspectiva general, podemos comentar que entre los métodos más utilizados y controvertidos en las publicaciones periódicas es la contabilización de las apariciones en la prensa (*press clipping*), radio y televisión. Estos recuentos miden la aceptación en los medios de comunicación de una historia y la cobertura que ha tenido (Álvarez-Nobell, 2011). También existe el paradigma de las ciencias métricas, que se integra cada vez más en la estructura general del sistema de comunicación científica, donde su función básica conlleva el análisis y registro de los procesos de comunicación generados en las publicaciones periódicas tanto impresas como electrónicas (López-Ornelas, 2010a).

En este sentido, lo tradicional está sujeto a nuevos análisis en un contexto determinado por las tecnologías de la información (Uribarri, 2007). Es decir, se está quizás ante un “nuevo escenario propio de Internet, sistema que nació y se desarrolló con la posibilidad de ser medido” (Álvarez-Nobell, 2011: 10).

Bajo esta óptica de la *cibernetría* y/o *webmetría* se visualizan como un valor agregado, pues permiten identificar, analizar y registrar las tendencias, los fenómenos y las regularidades de una publicación (Arroyo *et al*, 2005; Chiroque-Solano y Padilla-Santoyo, 2009). Todas éstas acciones son la repercusión de los procesos de evaluación sobre las revistas, especialmente destacada en el ámbito de la Comunicación y no sólo por los cambios que han abordado los editores en las publicaciones, también los por las exigencias mismas del medio (Giménez-Toledo, 2011).

De hecho, “la calidad de una revista puede ser “medida” a partir de múltiples indicadores y éstos pueden ser analizados por *bibliómetras*, investigadores en Documentación u otros especialistas ajenos a la Comunicación, aunque cabe reconocer que la calidad del contenido solo puede ser abordada por los especialistas en la materia” (Giménez-Toledo, 2011:2)

1.1. Las revistas científicas como objeto de estudio.

En estudios anteriores (Herrero, *et. al*, 2011a; y Herrero, *et. al*, 2012) se realizaron trabajos descriptivos de varias revistas de reciente aparición, que fueron impulsadas en 2010 a través de un proyecto emanado de Sociedad Latina de Comunicación Social. El proyecto (Herrero, *et. al*, 2011a) tenía por objetivo incrementar el número de revistas en comunicación, universo que ocupa en España la última posición de las diez disciplinas de las Ciencias Sociales según la base de datos sobre las que trabaja INRECS (Índice de Impacto de las revistas españolas de Ciencias Sociales). Para ello cada una de las principales cabeceras de las revistas científicas en el ámbito de la Comunicación en España debería ‘apadrinar’ la aparición de otras revistas. Así, *Revista Latina de Comunicación Social* comenzó a impulsar el nacimiento de

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

varias revistas, que acabaron suponiendo, entre los años 2010, 2011 y 2012, un total de ocho cabeceras (Figura 1).

- Año 2010: *Revista Mediterránea de Comunicación*; *Miguel Hernández Communication Journal*; *Pangea: Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación*; *Fonseca, Journal of Communication*; *Fotocinema: Revista Científica de Cine y Fotografía*; *TecCom Studies: Estudio de Tecnología y Comunicación*
- Año 2011: *index.comunicación*
- Año 2012: *Communication papers: Media Literacy & Gender Studies*

Todas ellas son publicaciones que surgen como únicamente *on-line*, sin impresión en papel. Los artículos están alojados en la Red –las nuevas tecnologías están favoreciendo nuevos tipos de descarga– y siempre están disponibles en acceso abierto (Herrero, *et. al*, 2011a). Las revistas optaron por este tipo de edición debido al mayor número de ventajas halladas frente a los inconvenientes encontrados.

Este nuevo estudio planteado, que continúa analizando el desarrollo y estructura de estas revistas, incorpora en esta segunda etapa de la investigación, estudios introspectivos que comparan los datos de los primeros tres años; así como las características de la actividad editorial y sus matices futuros. A la par, en lo que respecta a redes sociales como Facebook y Twitter, también se han agregado al estudio distintas redes académicas, igualmente llamadas científicas *Academia.edu* (<http://academia.edu/>), *Mendeley* (<http://www.mendeley.com/>), *ResearchGate* (<http://www.researchgate.net>). y *Cosis* (<http://www.cosis.net/members/login.php>), que recientemente han impactado significativamente la divulgación científica en el campo de la comunicación social.

En decir, “su análisis, se ha convertido en una herramienta que se usa cada vez con mayor frecuencia para determinar las relaciones entre los diferentes elementos bibliográficos que componen un trabajo científico” (Russell, Madera y Ainsworth, 2009:1). Y por otro lado, suponen una contribución a la interacción con otros usuarios y sus objetos (artículos).

En el estudio que hiciésemos en 2010 sobre el uso de Facebook en Revista Latina de Comunicación Social (Herrero-Gutiérrez, *et al*, 2011b) ya advertimos lo poco desarrolladas que estaban las redes sociales (en ese caso hablamos de Facebook y Twitter), en función del número de usuarios y cabeceras que las empleaban.

En cuanto a las aplicaciones específicas del fenómeno 2.0 en el ámbito científico, Santana-Arroyo (2010: 331) sostiene que:

las redes de intercambio de información no deben permanecer al margen del desarrollo de las redes de intercambio social, si lo que se desea es lograr un mayor acercamiento y estar presentes allí donde van los usuarios reales y potenciales, como también estimular la diseminación del nuevo conocimiento y de los resultados de investigaciones atesoradas en sus bases de datos.

Así, el solo hecho de crear una red social en Internet no es garantía de su utilidad como recurso de comunicación e intercambio social (Santana-Arroyo, 2010), de allí el interés por realizar una primera aproximación exploratoria sobre esta dimensión del objeto de estudio.

2. Investigación en Comunicación y publicaciones científicas

Recientemente, la repercusión de los procesos de evaluación sobre las revistas ha sido especialmente destacada en el ámbito de la Comunicación, si bien es cierto que esta disciplina se ha discutido de forma más activa sobre indicadores y evaluación que en otras áreas, también es cierto que las razones requieren un estudio detenido (Giménez-Toledo, 2011). Así que, los términos como evaluación, índices de impacto, ISI, bibliometría, ANECA, acreditación, son significaciones que emergen en la mayoría de los congresos académicos de la última década, en donde prevalece una cultura de la evaluación que abordan temas relacionados con la comunicación científica (Castillo y Carretón, 2010).

En primer lugar, y como ya se ha reseñado en la introducción, este tipo de revistas emergentes surge como principal causa porque el universo de revistas en Comunicación, especialmente en España, no es demasiado elevado (Herrero, *et. al*, 2011) debido quizás a que:

La investigación española sobre comunicación no ha sido pródiga en tomarse a sí misma por objeto de estudio y reflexionar sobre sus intereses de conocimiento y prácticas científicas, sobre los saberes que genera, las aportaciones realizadas, las carencias en que incurre o las condiciones en las que las que trabajan los investigadores (Martínez, 2009: 2).

Se puede decir que esto ha ido cambiando y ahora sí es más habitual que la Comunicación se escoja a sí misma como objeto de estudio; hecho que sucede desde hace no muchos años:

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 estudios (Martínez y Saperas, 2011: 102).

Ese aumento de investigaciones sobre Comunicación ha repercutido en una mayor producción de literatura científica y de intentos de publicaciones... Pero, ¿encuentran los autores de esos escritos un lugar en los que hacer visible sus hallazgos? Si se toma como válido el universo sobre el que trabaja INRECS, ya mencionado anteriormente y sobre el que se apoyan otros estudios cuando de investigar las revistas científicas en España se trata, como el de Oller, Segarra y Plaza (2012) entre otros, se obtiene que de las diez categorías incluidas, “la que cuenta con un menor número de integrantes es la disciplina de Comunicación” (Herrero, *et. al*, 2011a: 614). Ése es el hecho causante de la necesidad que existe por continuar aumentando el universo de publicaciones en las que puedan tener visibilidad las investigaciones sobre Comunicación. Y una de esas consecuencias ha sido el mencionado proyecto de nacimiento de revistas emergentes.

Por otro lado, se puede destacar que las revistas científicas de reciente creación, por lo general, son proyectos viables al tener un presupuesto de prácticamente cero. No obstante, ese presupuesto cero es posible generalmente gracias a un equipo humano que realiza un trabajo de forma desinteresada y, por norma general, sin remuneración económica alguna (Fernández, 2008: 8).

Por todo ello, editar una nueva revista en esta disciplina ayuda a aumentar el universo de publicaciones en Comunicación, que, como se viene indicando pero resulta pertinente volver a remarcar, es necesario “si se quiere dar cabida al creciente número de investigaciones hechas sobre esta rama de las Ciencias Sociales” (Herrero *et. al.*, 2011a: 622); quizás, muchas de esas investigaciones no llegarían a ser publicadas si el potencial universo fuese más bajo. De ahí, la importancia de la existencia de todas las revistas: de las más asentadas históricamente, pero también de las emergentes ya que, a pesar de su corta vida, suponen un interesante espacio del que, principalmente, se podrían aprovechar los académicos que se inician en la investigación. ¿Pero qué académicos? Precisamente, en este texto se analizan cuáles son las variables que definen al potencial investigador/a, ¿quiénes buscan publicar en estas revistas de reciente creación?

En principio, se puede decir que estas revistas nacen con el claro objetivo de que los investigadores tengan nuevos y mayores soportes en los que poder publicar para saciar la necesidad de comunicarse que tienen los investigadores: “*When they are working, scientists need to communicate regularly and for many purposes*” (Rowland, 1999: 55) y, en este caso, las revistas de reciente aparición cubrirían las mismas necesidades que cualquier otra cuando se hace referencia a que las revistas científicas “se han convertido en el vehículo más importante para la difusión y discusión de los resultados de la investigación en comunicación” (Humanes en Herrero, 2012: 9).

Sin embargo, las revistas de nueva aparición encuentran no pocas dificultades para recibir artículos de cara a su evaluación; en principio porque los autores siempre buscarán las revistas de mayor prestigio y, ante todo, las que estén indexadas ya que el posicionamiento de la revista en los índices de calidad es una de las guías del autor, junto a otros criterios (Herrero, *et. al*, 2012).

De ahí que en el caso de las revistas emergentes, una de las premisas de la que parte este estudio sea que el mayor número de autores posean licenciatura y no cuenten con el grado de doctor; es decir, autores que estén comenzando en la investigación y que, especialmente en sus inicios, no tengan tanto en cuenta el posicionamiento del soporte en el que van a publicar.

En cuanto al género de los autores, en un estudio titulado “*La investigación en Comunicación. Análisis bibliométrico de las revistas de mayor impacto del ISI*”, se afirma que:

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 *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” (Castillo-Esparcia, *et. al*, 2012: 262-263).

Es decir, parece que la tendencia en el siglo XXI indica una paridad de autoría en lo que a hombres y mujeres se refiere; dicha tendencia también se percibe en otros estudios sobre esta variable (López-Ornelas, 2010b).

Por último, y debido a que son revistas nacidas en España, es por ello por lo que se parte de la base de que el mayor número de artículos provendrán de España, y de sus instituciones académicas, y en cualquier caso de países hispanohablantes.

3. Objetivos e hipótesis

El principal objetivo de esta segunda fase de la investigación es subrayar la importancia de establecer como actividades recurrentes, estudios comparativos que permitan tomar decisiones sobre los siguientes pasos que deben dar este tipo de publicaciones.

Es decir, se espera que el estudio comparativo arroje datos relevantes sobre el incremento de la visibilidad de estas cinco publicaciones a través de la diversidad de los criterios con los cuales se evaluaron: por ejemplo, el incremento de artículos, mantener el interés equitativo del género de los autores, diversificar la institución de adscripción de los autores, así como su país de procedencia y en el caso del grado académico, cabe destacar que

éstas publicaciones llamadas *emergentes* no buscan la participación única de grandes y consolidados investigadores, sino la contribución activa y formativa de estudiantes de posgrado, ávidos por formarse en el ámbito de la publicación científica.

Tomando como base estudios anteriores sobre la emergencia y crecimiento de nuevas publicaciones, se pretende dar continuidad a los mismos analizando el perfil de los autores que publican en estas revistas en comparación con el patrón seguido los primeros tres años; las características de la actividad editorial y las perspectivas de futuro, considerando la consolidación de los proyectos. También se presentan los resultados de la actividad de difusión de las cabeceras en redes sociales (Facebook y Twitter) y académicas (*Academia.edu*, *Mendeley*, *Researchgate* y *Cosis*), su impacto en los niveles de notoriedad de las mismas y su aporte a la divulgación científica en el campo de la comunicación social.

A través de la muestra reseñada en el posterior apartado metodológico, el objetivo principal es continuar reflexionando –una vez que creemos que el debate ya está abierto– sobre el papel que juegan las revistas científicas de reciente creación en lo que se refiere a la divulgación científica dentro del campo de la Comunicación. Una de las finalidades es saber la importancia que tienen las llamadas revistas emergentes –cuál es su *target group*– y resaltar la viabilidad de este tipo de proyectos.

Las hipótesis de partida, si bien refieren a los estudios anteriores (Herrero, *et. al*, 2011a; y Herrero, *et. al*, 2012), presentan leves variaciones en función de los avances detectados al respecto:

1. La productividad de artículos registrados en las revistas científicas españolas de comunicación de reciente creación, suele ser menor dado el escaso interés que tienen para el investigador dado su escaso y modesto reconocimiento dentro de su propia comunidad académica.
2. A la fecha, los estudios bibliométricos o cibernométricos realizados en las publicaciones científicas, arrojan una igualdad de género en la producción entre hombres y mujeres.
3. Se considera que la nacionalidad de los autores de las revistas estudiadas, corresponderá es su mayoría a universidades españolas y de Latinoamérica.
4. Se estima que la mayoría de los autores que publican en las revistas analizadas, predomina como estudio máximo, la licenciatura.
5. La actividad divulgativa de las cabeceras en las redes sociales (académicas y no) es insipiente en lo que respecta a esfuerzos individuales, y en desarrollo en el marco de una estrategia común liderada por pLatCom.

4. Metodología

El diseño metodológico, también refiere a los estudios anteriores (Herrero, *et. al*, 2011a; y Herrero, *et. al*, 2012), para lo cual se emplearon técnicas cuantitativas, que permitirán realizar un recuento numérico sobre las diferentes variables estudiadas.

- Número de artículos:
 - o Número de artículos publicados en 2010
 - o Número de artículos publicados en 2011
 - o Número de artículos publicados en 2012²
- Género de los autores:
 - o Hombre / Mujer
- Institución de adscripción de los autores:
 - o Institución a la que están adscrito el autor principal del artículo
 - o Institución de adscripción del resto de firmantes
- País de procedencia:
 - o País de procedencia del artículo (aquél al que está adscrito la universidad de la que proviene el artículo; se considera al primer firmante, en caso de que exista más de uno)
- Grado académico:
 - o Doctor
 - o Doctorando
 - o Licenciado
 - o Datos no encontrados

En lo referido a las redes sociales, se analizaron indicadores vinculados a la actividad divulgativa (mensajes emitidos en sus distintos formatos) y las repercusiones que estas acciones han tenido en cuanto a cantidad de seguidores y contactos realizados.

También se pretende describir el nivel de participación y presencia de las revistas en las redes; resultado los datos obtenidos, una radiografía preliminar sujeta a futuros estudios descriptivos de mayor profundidad.

² Datos recogidos hasta el 26 de octubre de 2012.

5. Resultados³

Los resultados de la primera parte de la investigación recogidos en este apartado han sido actualizados en su año 2012. Los de los años 2010 y 2011, que también se incluyen a continuación, se encuentran igualmente recogidos en los mencionados trabajos anteriores ((Herrero, *et. al*, 2011a; y Herrero, *et. al*, 2012).

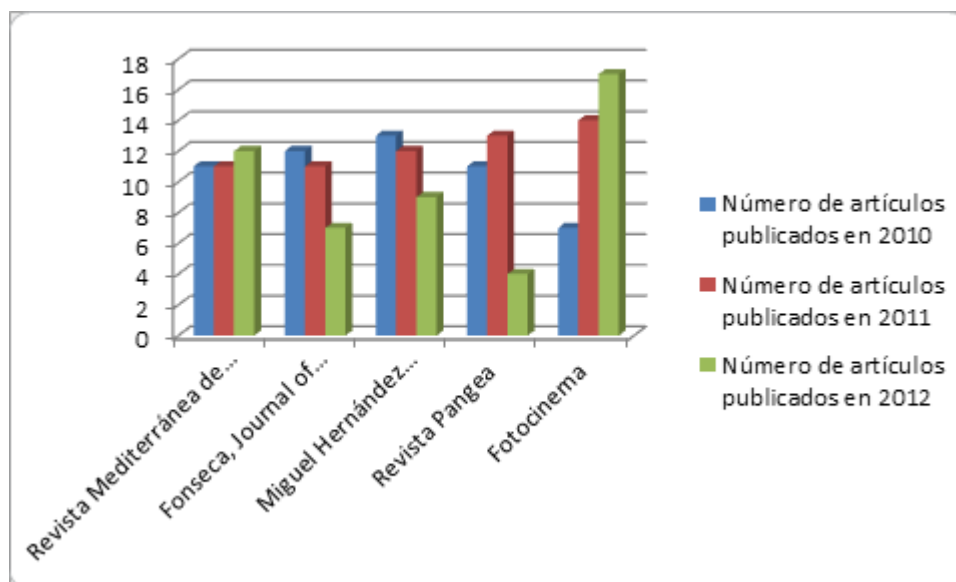
Los resultados referentes a la hipótesis 1 miden el número de artículos publicados, divididos en los años 2010, 2011 y 2012 (Tabla 1 y Gráfico 1):

Tabla 1: Artículos publicados por las cinco revistas estudiadas

	Número de artículos publicados en		
	2010	2011	2012
<i>Revista Mediterránea de Comunicación</i>	11	11	12
<i>Fonseca, Journal of Communication</i>	12	11	7
<i>Miguel Hernández Communication Journal</i>	13	12	9
<i>Revista Pangea</i>	11	13	4
<i>Fotocinema</i>	7	14	17

Datos obtenidos de las revistas. Tabla: elaboración propia

Gráfico 1: Artículos publicados por las cuatro revistas estudiadas



Datos obtenidos de las revistas. Gráfico: elaboración propia

³ Datos sobre los años 2010, 2011 y 2012, actualizados a 26 de octubre de 2012.

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

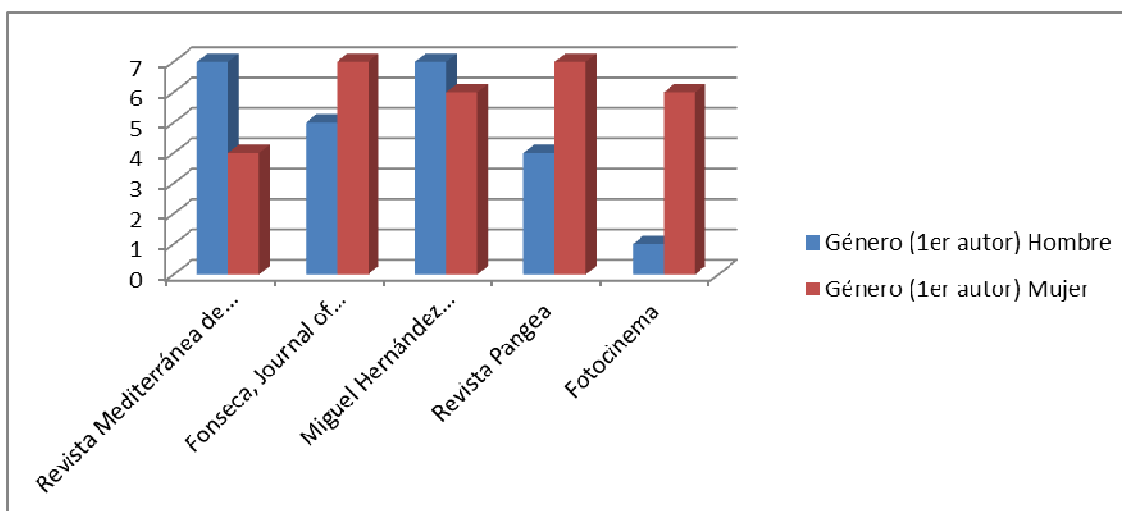
Los resultados referentes a la segunda hipótesis indican el género de los autores teniendo en cuenta, por un lado, el género del primer autor y, por otra parte, el del segundo autor y siguientes. Dicha medición se ha realizado por años (Tablas 2, 3 y 4; gráficos 2, 3 y 4):

Tabla 2: Género de los autores. Año 2010

	Género (1er autor)		Género (2º y sucesivos autores)	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
<i>Revista Mediterránea de Comunicación</i>	7	4	0	0
<i>Fonseca, Journal of Communication</i>	5	7	0	7
<i>Miguel Hernández Communication Journal</i>	7	6	0	2
<i>Revista Pangea</i>	4	7	6	3
<i>Fotocinema</i>	1	6	0	2

Datos obtenidos de las revistas. Tabla: elaboración propia

Gráfico 2: Género del primero de los autores. Año: 2010



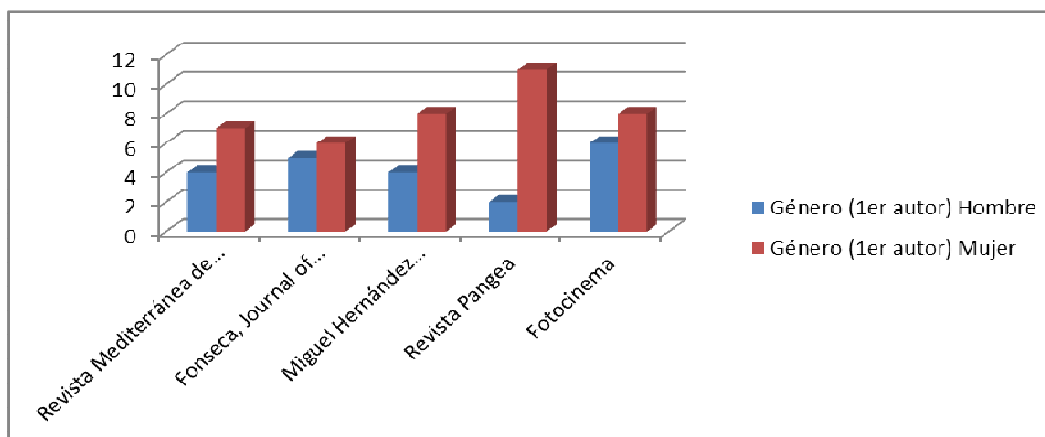
Datos obtenidos de las revistas. Gráfico: elaboración propia

Tabla 3: Género de los autores. Año 2011

	Género (1er autor)		Género (2º y sucesivos autores)	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
<i>Revista Mediterránea de Comunicación</i>	4	7	2	4
<i>Fonseca, Journal of Communication</i>	5	6	2	0
<i>Miguel Hernández Communication Journal</i>	4	8	6	2
<i>Revista Pangea</i>	2	11	6	4
<i>Fotocinema</i>	6	8	0	0

Datos obtenidos de las revistas. Tabla: elaboración propia

Gráfico 3: Género de los autores. Año 2011



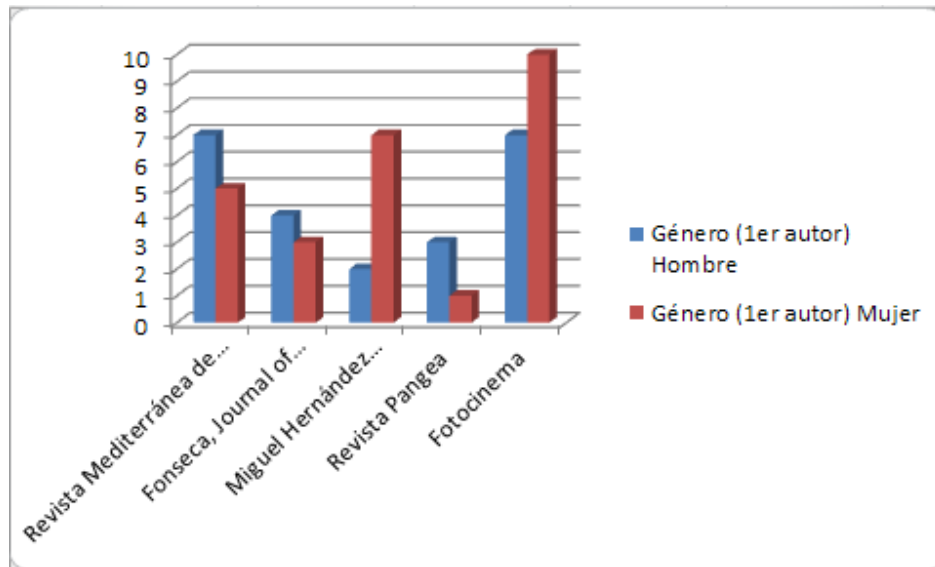
Datos obtenidos de las revistas. Gráfico: elaboración propia

Tabla 4: Género de los autores. Año 2012

	Género (1er autor)		Género (2º y sucesivos autores)	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
<i>Revista Mediterránea de Comunicación</i>	7	5	6	8
<i>Fonseca, Journal of Communication</i>	4	3	1	2
<i>Miguel Hernández Communication Journal</i>	2	7	5	2
<i>Revista Pangea</i>	3	1	1	1
<i>Fotocinema</i>	7	10	0	1

Datos obtenidos de las revistas. Tabla: elaboración propia

Gráfico 4: Género de los autores. Año 2012



Datos obtenidos de las revistas. Gráfico: elaboración propia

Los resultados de la tercera hipótesis recogen las universidades de procedencia de los artículos publicados (Tablas 5, 6 y 7):

Tabla 5: Procedencia de los artículos. Año 2010

	Institución de adscripción		
	1er autor	2º autor	3er autor
Revista Mediterránea de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad Miguel Hernández (3) - Universidad de La Laguna (2) - Pontificia Universidad Católica de Chile y Universidad Diego Portales (1) - Universidad de La Sabana (1) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte (1) - Universidad de Vigo (1) - Universidad Jaime I (1) - Universidad de Zaragoza (1) 		
Fonseca, Journal of Communication	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad de Salamanca (3) - Universidad Complutense de Madrid (2) - Tecnológico de Monterrey Campus Monterrey (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad de Salamanca (2) - Universidad Federal de Paraíba (1) - Universidad de Santiago de Compostela (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad de Salamanca (1)

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

	Institución de adscripción		
	1er autor	2º autor	3er autor
	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad Federal de Piauí (1) - Universidad de Santiago de Compostela (1) - Universidad de Alicante (1) - Universidad del País Vasco UPV / EHU (1) - Datos no encontrados (2) 	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad Complutense de Madrid (1) - Universidad del País Vasco UPV / EHU (1) 	
Miguel Hernández Communication Journal	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad de Alicante (2) - UNED (1) - Universidad Católica de Murcia (1) - Universidad de Sonora (1) - Universidad de Vigo (1) - Universidad Miguel Hernández (1) - Universidad de Córdoba (Argentina) (1) - Universidad Rey Juan Carlos (1) - Universidad de La Laguna (1) - Universidad de Valencia (1) - Colegio de Periodistas de Murcia (1) - Datos no encontrados (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad de Vigo (1) - Universidad de Valencia (1) 	
Revista Pangea	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad de Pinar del Río – Hermanos Saíz Montes de Oca (1) - Universidad Bolivariana de Venezuela (1) - Universidad Carlos III (1) - Universidad de Alicante y Universidad Cardenal Herrera-CEU (1) - Universidad de Nuevo México (1) - Universidad de Puebla (1) - Universidad Ramón Llull (1) - Universidad Autónoma de San Luis Potosí (1) - Universidad de Alicante (1) - Universidad Blas Pascal (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) (2) - Universidad del País Vasco (1) - Universidad de Guadalajara (México) (1) - Universidad Católica San Antonio (1) - Universidad Autónoma de Barcelona (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad Carlos III (1) - Universidad de Guadalajara (México) (1) - Universidad Católica San Antonio (1)

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

	Institución de adscripción		
	1er autor	2º autor	3er autor
	- Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) (1)		
Fotocinema	- Universidad de Málaga (2) - Universidad de Córdoba (2) - Universidad Carlos III de Madrid (1) - Universidad de Málaga (1) - Universidad de Burgos (1)	Universidad de Burgos (1)	Universidades de Burgos (1)

Datos obtenidos de las revistas. Tabla: elaboración propia

Tabla 6: Procedencia de los artículos. Año 2011

	Institución de adscripción		
	1er autor	2º autor	3er autor
Revista Mediterránea de Comunicación	- Universidad de La Laguna (3) - Universidad de Granada (2) - Universidade Fernando Pessoa (1) - Universidad Central 'Marta Abreu' de las Villas (1) - Universidad Bolivariana de Venezuela (1) - Universidad San Pablo CEU (1) - Universidad Miguel Hernández (1) - Universidad de Zaragoza (1)	- Universidade Fernando Pessoa (1) - Universidad Camino José Cela (1) - Universidad Complutense de Madrid (1) - Universidad Central 'Marta Abreu' de las Villas (1) - Universidad de Granada (1)	- Universidad de Granada (1)
Fonseca, Journal of Communication	- Universidad de Málaga (2) - Universidad Federal de Paraíba (1) - Universidad de Granada (1) - Universidad Complutense de	- Universidad de Málaga (1) - Universidad de Huelva y Universidad Internacional de Andalucía (1)	

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

	Institución de adscripción		
	1er autor	2º autor	3er autor
	Madrid (1) - Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (1) - Centro Universitario Villanueva (1) - Universidad de Sevilla y Universitat Oberta de Catalunya (1) - Universidad de Sevilla (1) - Universidad del Norte (Colombia) (1) - Datos no encontrados (1)		
Miguel Hernández Communication Journal	- Universidad de Pinar del Río (1) - Universidad de Alicante (1) - Universidad 'Marta Abreu' de las Villas (1) - Universidad de Zaragoza (1) - Universidad de La Laguna (1) - Universidad Complutense de Madrid (1) - Universidad Europea Miguel de Cervantes (1) - Universidad de San Jorge (1) - Universidad de Valencia (1) - Universidad Miguel Hernández (1) - Universidad de La Coruña (1) - Universidad Católica San Antonio de Murcia (1)	- Universidad de Alicante (1) - Universidad Europea Miguel de Cervantes (1) - Universidad de San Jorge (1) - Universidad Miguel Hernández (1) - Universidad de La Coruña (1) - Universidad Católica San Antonio de Murcia (1)	- Universidad de Alicante (1) - Universidad Miguel Hernández (1)
Revista Pangea	- Universidad Europea Miguel de Cervantes (1) - Universidad de Alicante (1) - Universidad Camino José Cela (1) - Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas (Cuba) (1) - Universidad Católica San Antonio de Murcia (1) - Universidad de Chile (1) - Edinburgh College of Art (Scotland) (1) - Universidad de Valladolid (1) - Universidad de Córdoba	- Universidad Miguel Hernández (1) - Universidade da Beira Interior (Portugal) (1) - Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas (Cuba) (1) - Universidad Católica San Antonio de Murcia (1) - Edinburgh College of Art (Scotland) (1) - Universidad de Málaga (1)	- Universidad Miguel Hernández (1) - Universidade do Algarve (1) - Edinburgh College of Art (Scotland) (1)

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

	Institución de adscripción		
	1er autor	2º autor	3er autor
	(España) (1) - Universidad de Málaga (1) - Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) (1) - Universidad San Jorge (1) - Universidad Autónoma de San Luis Potosí (México) (1)	- Universidad del Valle de Atemajac (México) (1)	
Fotocinema	- Universidad de Málaga (4) - Universidad de Santiago de Compostela (2) - Universidad de Córdoba (España) (2) - Universitat de Valencia (1) - Universidad Camino José Cela (1) - Escuela Superior de Comunicación de Granada (1) - Universidad París 8 (1) - Universidad de Cantabria (1) - Universidad de Salamanca (1)		

Datos obtenidos de las revistas. Tabla: elaboración propia

Tabla 7: Procedencia de los artículos. Año 2012

	Institución de adscripción		
	1er autor	2º autor	3er autor
Revista Mediterránea de Comunicación	- Universidad de La Laguna (2) - Universidad Rey Juan Carlos (2) - Universidad de Sevilla (1) - Universidad Complutense de Madrid (1) - Universitat Pompeu Fabra (1) - Universidad de Málaga (1) - Universidad Miguel Hernández de Elche (1)	- Universidad de Málaga (2) - Universidad Autónoma de San Luis Potosí (1) - Universidad de Gales (1) - CES Villanueva (1) - Universitat Pompeu Fabra (1) - Universidad Rey Juan	- Universidad de la Laguna (1) - Universidad de Gales (1) - Universidad Rey Juan Carlos (1) - Universidad San Jorge (tercer y cuarto autor) (1 y 1)

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad Fernando Pessoa (1) - Universitat de Valencia (1) - Universidad San Jorge (1) 	<ul style="list-style-type: none"> Carlos (1) - Universidad San Jorge (1) 	
Fonseca, Journal of Communication	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad de Salamanca (2) - Universidad de Sevilla (1) - Universidad de Málaga (1) - Universidad Católica San Antonio de Murcia (1) - Universidad de Córdoba (1) - Universidad Complutense de Madrid (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad de Huelva (1) - Universidad Católica San Antonio de Murcia (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad de Sevilla (1)
Miguel Hernández Communication Journal	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad de Navarra (1) - Universidad San Jorge (1) - Universidad Católica San Antonio de Murcia (1) - Universidad de Murcia (1) - Universidad Miguel de Cervantes (1) - Universidad Rey Juan Carlos (1) - Universidad Miguel de Cervantes (1) - Universidad de La Laguna (1) - Otro tipo de instituciones o empresas (en Cuba) (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad Católica San Antonio de Murcia (1) - Universidad de Murcia (1) - Universidad Rey Juan Carlos (1) - Universidad Miguel de Cervantes (1) - Universidad de La Laguna (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad de La Laguna (1) - Otro tipo de instituciones o empresas (en España) (1)
Revista Pangea	<ul style="list-style-type: none"> - Pontificio Universidad Católica de Chile (1) - Universidad San Jorge (1) - Universidad Autónoma de Chihuahua (1) - Universidad de Pinar del Río "Hermanos Saiz Montes de Oca" (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad San Jorge (1) - Universidad Autónoma de Chihuahua (1) 	

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

Fotocinema	<ul style="list-style-type: none"> - Universidad de Córdoba (4) - Universidad de Málaga (2) - Université Diderot- Paris 7 (1) - Universidad del País Vasco (1) - Universidad Complutense de Madrid / Universidad Francisco de Vitoria (1) - Universidad Rey Juan Carlos (1) - Universidad Complutense de Madrid (1) - Universidad de Santiago de Compostela (1) - Universidad de París 8 (1) - Universidad París-Sorbona (1) - Otro tipo de instituciones o empresas (en España) (1) - Datos no encontrados (2) 	- Universidad del País Vasco (1)	
-------------------	---	----------------------------------	--

Datos obtenidos de las revistas. Tabla: elaboración propia

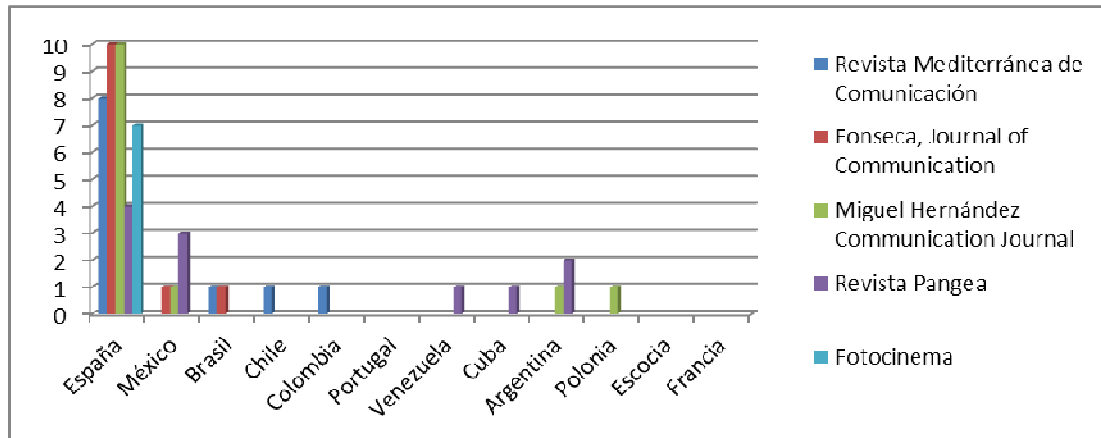
Los resultados de la cuarta hipótesis indican el país de procedencia del artículo (no del autor), teniendo en cuenta la adscripción del primero de los firmantes, en caso de que hubiese más de uno (Tablas 8, 9 y 10; gráficos 5, 6 y 7):

Tabla 8: País de procedencia del artículo. Año: 2010

	España	México	Brasil	Chile	Colombia	Portugal	Venezuel	Cuba	Argentina	Polonia	Escocia	Francia
Revista Mediterránea de Comunicación	8		1	1	1							
Fonseca, Journal of Communication	10	1	1									
Miguel Hernández Communication Journal	10	1							1	1		
Revista Pangea	4	3					1	1	2			
Fotocinema	7											

Datos obtenidos de las revistas. Tabla: elaboración propia

Gráfico 5: País de procedencia del artículo. Año: 2010



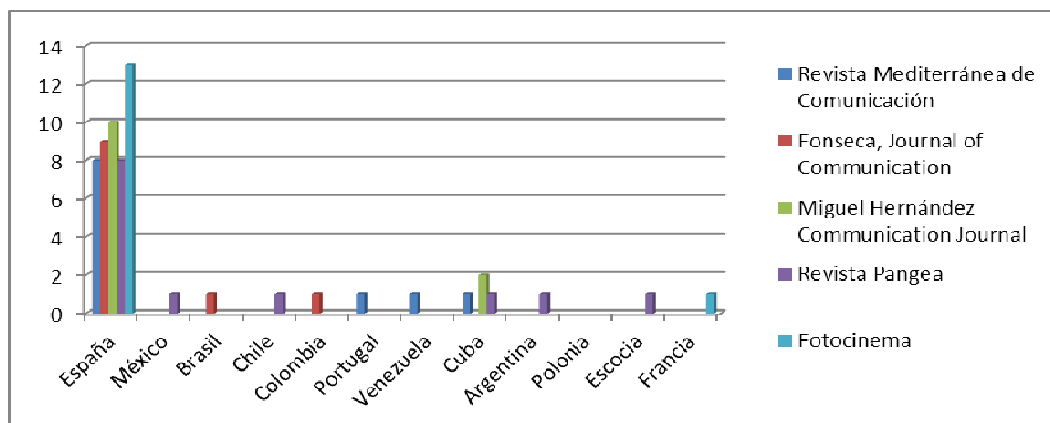
Datos obtenidos de las revistas. Gráfico: elaboración propia

Tabla 9: País de procedencia del artículo. Año: 2011

	España	México	Brasil	Chile	Colomb	Portuga	Venezu	Cuba	Argenti	Polonia	Escocia	Francia
Revista Mediterránea de Comunicación	8					1	1	1				
Fonseca, Journal of Communication	9		1		1							
Miguel Hernández Communication Journal	10							2				
Revista Pangea	8	1		1				1	1		1	
Fotocinema	13											1

Datos obtenidos de las revistas. Tabla: elaboración propia

Gráfico 6: País de procedencia del artículo. Año: 2011



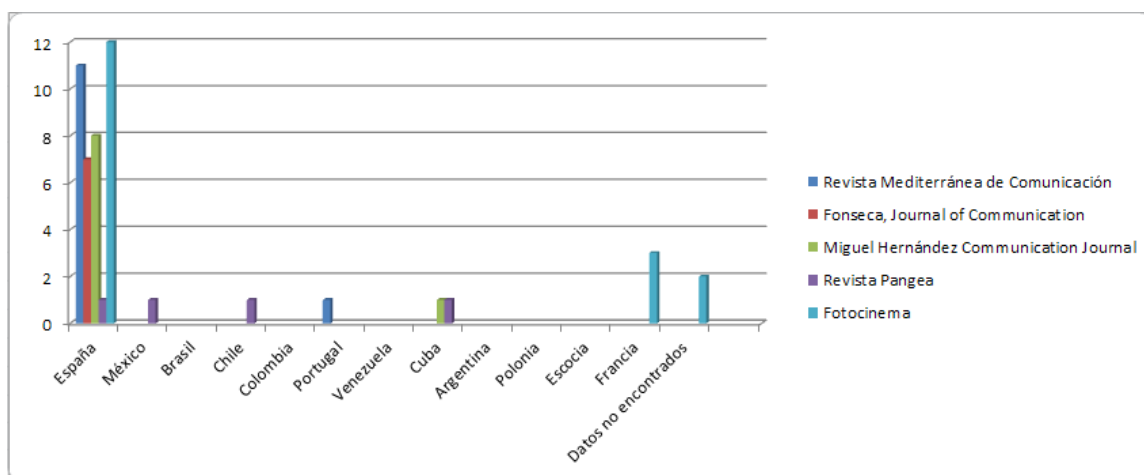
Datos obtenidos de las revistas. Gráfico: elaboración propia

Tabla 10: País de procedencia del artículo. Año: 2012

	España	México	Brasil	Chile	Colombia	Portugal	Venezuel	Cuba	Argentin	Polonia	Escocia	Francia	Sin datos
Revista Mediterránea de Comunicación	11					1							
Fonseca, Journal of Communication	7												
Miguel Hernández Communication Journal	8						1						
Revista Pangea	1	1		1				1					
Fotocinema	12											3	2

Datos obtenidos de las revistas. Tabla: elaboración propia

Gráfico 7: País de procedencia del artículo. Año: 2012



Datos obtenidos de las revistas. Gráfico: elaboración propia

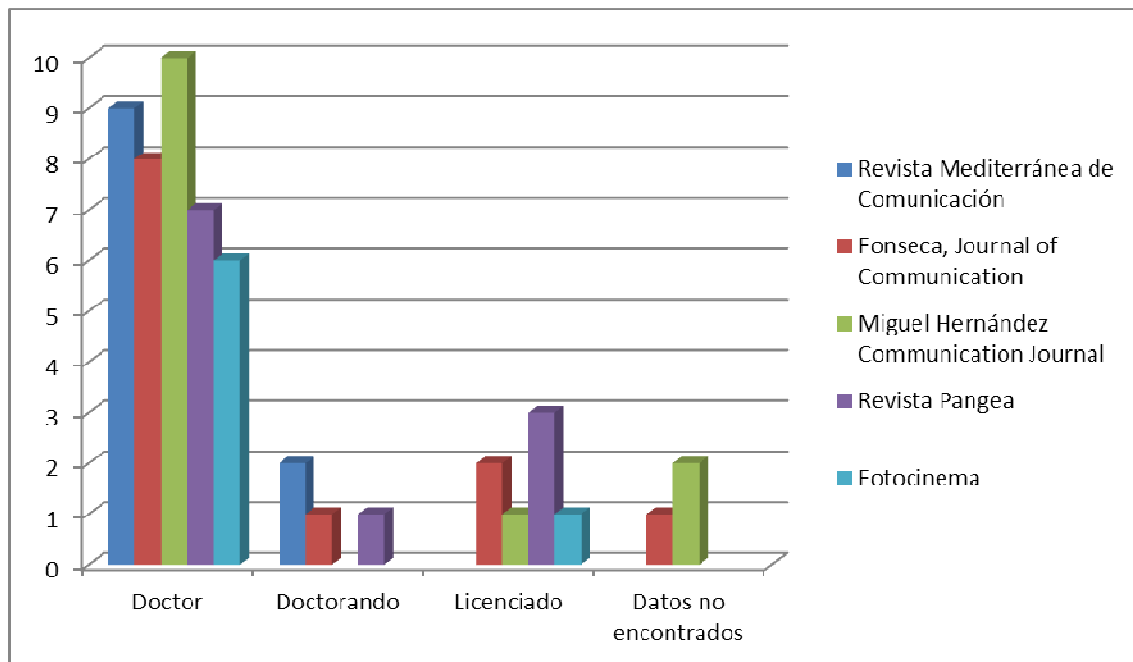
Por último en esta primera parte de la investigación –continuidad de la ya realizada– los resultados de la quinta hipótesis miden el grado académico de los autores (Tablas 11, 12 y 13; y gráficos 8, 9 y 10), según las pautas marcadas en la metodología:

Tabla 11: Grado académico de los autores. Año: 2010

	Grado académico		
	1er autor	2º autor	3er autor
Revista Mediterránea de Comunicación	*Doctor (9) *Doctorando (2)		
Fonseca, Journal of Communication	*Doctor (8) *Licenciado (2) *Doctorando (1) *Datos no encontrados (1)	*Licenciado (1) *Datos no encontrados (5)	*Datos no encontrados (1)
Miguel Hernández Communication Journal	*Doctor (10) *Licenciado (1) *Datos no encontrados (2)	*Doctorando (2)	
Revista Pangea	*Doctor (7) *Licenciado (3) *Doctorando (1)	*Doctor (3) *Doctorando (1) *Licenciado (1) *Datos no encontrados (1)	*Doctor (2) *Datos no encontrados (1)
Fotocinema	*Doctor (6) *Licenciado (1)	*Licenciado (1)	*Licenciado (1)

Datos obtenidos de las revistas y obtención propia. Tabla: elaboración propia

Gráfico 8: Grado académico del primer autor. Año: 2010



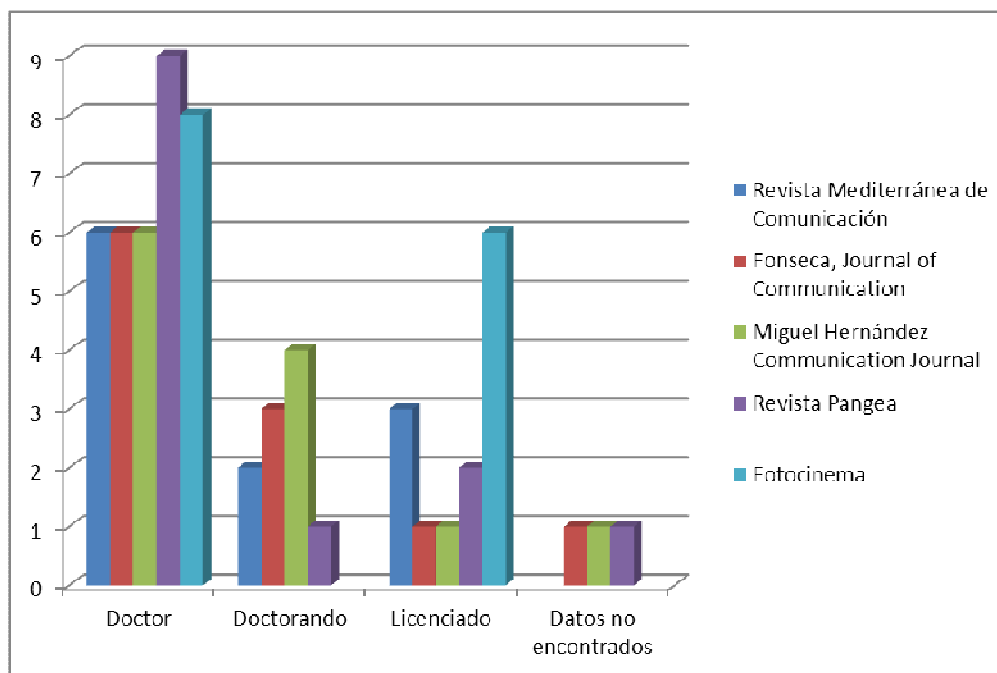
Datos obtenidos de las revistas y obtención propia. Gráfico: elaboración propia

Tabla 12: Grado académico de los autores. Año: 2011

	Grado académico		
	1er autor	2º autor	3er autor
Revista Mediterránea de Comunicación	*Doctor (6) *Licenciado (3) *Doctorando (2)	*Licenciado (3) *Doctor (2)	*Licenciado (1)
Fonseca, Journal of Communication	*Doctor (6) *Doctorando (3) *Licenciado (1) *Datos no encontrados (1)	*Doctor (1) *Doctorando (1)	
Miguel Hernández Communication Journal	*Doctor (6) *Doctorando (4) *Licenciado (1) *Datos no encontrados (1)	*Doctor (4) *Doctorando (2)	*Doctor (1) *Doctorando (1)
Revista Pangea	*Doctor (9) *Licenciado (2) *Doctorando (1) *Datos no encontrados (1)	*Doctor (2) *Doctorando (2) *Licenciado (2) *Datos no encontrados (1)	*Doctor (2) *Doctorando (1)
Fotocinema	*Doctor (8) *Licenciado (6)		

Datos obtenidos de las revistas y obtención propia. Tabla: elaboración propia

Gráfico 9: Grado académico del primer autor. Año: 2011



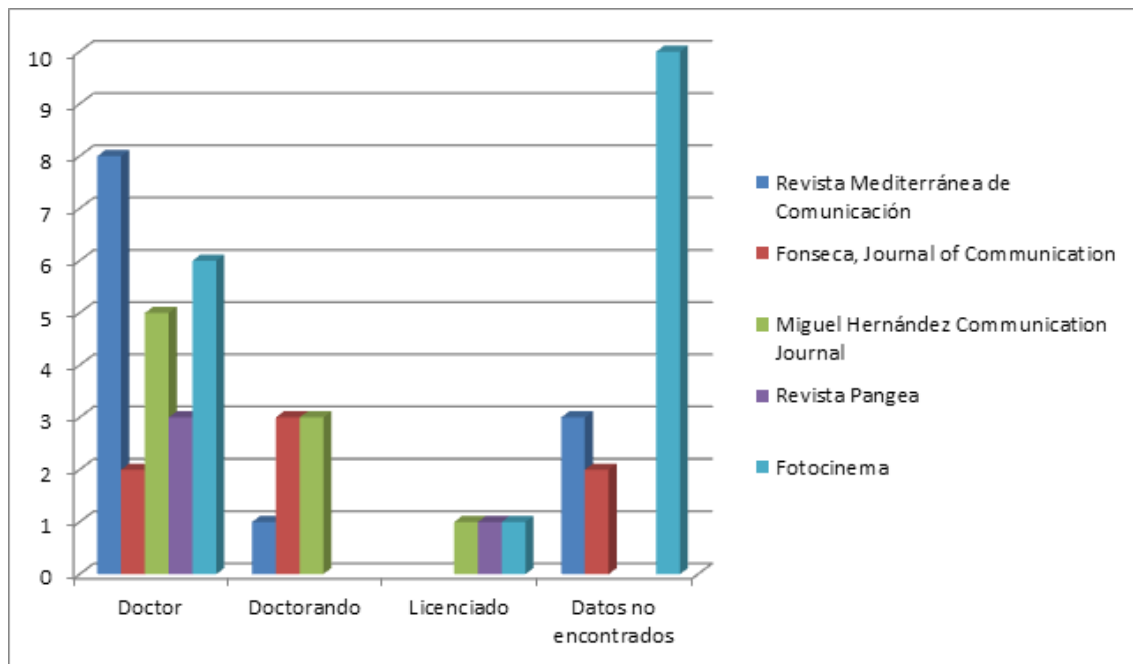
Datos obtenidos de las revistas y obtención propia. Gráfico: elaboración propia

Tabla 13: Grado académico de los autores. Año: 2012

	Grado académico		
	1er autor	2º autor	3er autor
Revista Mediterránea de Comunicación	*Doctor (8) *Doctorando (1) Datos no encontrados (3)	*Doctor (3) *Doctorando (2) *Datos no encontrados (3)	*Doctor (2) *Doctorando (1) + 1 doctorando de 4º autor
Fonseca, Journal of Communication	*Doctor (2) *Doctorando (3) *Datos no encontrados (2)	*Doctorando (1) *Datos no encontrados (1)	*Doctor (1)
Miguel Hernández Communication Journal	*Doctor (5) *Doctorando (3) *Licenciado (1)	*Doctor (4) *Doctorando (1)	*Datos no encontrados (2)
Revista Pangea	*Doctor (3) *Licenciado (1)	*Doctor (1) *Doctorando (1)	
Fotocinema	*Doctor (6) *Licenciado (1) *Datos no encontrados (10)	*Datos no encontrados (1)	

Datos obtenidos de las revistas y obtención propia. Tabla: elaboración propia

Gráfico 10: Grado académico del primer autor. Año: 2012



Datos obtenidos de las revistas y obtención propia. Gráfico: elaboración propia

5.1. Las revistas emergentes y sus estrategias en Redes Sociales

La estrategia de visibilidad y divulgación en redes sociales que llevan adelante las cabeceras analizadas se presenta escasa y reciente; cumpliendo un papel determinando para el caso de las redes académicas, la iniciativa en conjunto que llevan a través de la Plataforma Latina de Revistas de Comunicación.

En la red Twitter, sólo las *Revistas Mediterránea de Comunicación* ([@recinet](#)) y *Fonseca, Journal of Communication* ([@FonsecaJournal](#)) tienen perfiles. En el primer caso, la revista que edita la Universidad de Alicante tiene a la fecha 212 *tweets* y 47 seguidores o *followers*. En el caso de Fonseca, el Twitter que administran desde la Universidad de Salamanca, responsable de la publicación, tiene 58 entradas y 54 seguidores. *Miguel Hernández Communication Journal*, *Revista Pangea* y *Fotocinema* no tienen perfiles en la red de los 140 caracteres. Sin embargo, estas tres revistas, conjuntamente con las demás cabeceras de la Plataforma Latina de Comunicación Social, tiene presencia en Twitter empleando un perfil común ([@RevComunicacion](#)) que a la fecha, tiene 23 *tweets* y 184 seguidores.

Con respecto a la red social Facebook, además de la Plataforma Latina de Comunicación Social, sólo *Fonseca, Journal of Communication* tiene un *fans page*, con 83 seguidores (que han dicho que la página “les gusta”), siendo la edad media de los mismos, de entre 25-34 años, según la estadística que aporta la propia red. A su vez, el perfil de la pLatCom aporta a las cabeceras 534 *likers* (que han indicado que les gusta la página), sumando desde el 19 de julio de 2011 al 19 de noviembre del 2012, 300 historias creadas (interacciones como decir que le gusta, comentar o compartir) acerca de la página.

En cuanto a las redes sociales académicas o científicas, ninguna de las cuatro analizadas son empleadas por las revistas de manera individual. En estas redes, la configuración de un perfil de usuario suele ser más compleja en comparación con Facebook y Twitter. Además, las entradas o publicaciones no son comentarios o frases, sino que se corresponde con artículos científicos y sus correspondientes metadatos.

Por caso, a estrategia que se han dado las Revistas, vienen de la mano de un perfil único que corresponde a la Plataforma Latina de Comunicación Social, que de manera incipiente (lleva apenas 1 años de presencia), apenas se está posicionando en las redes. En *Academia.edu* (<http://independent.academia.edu/PlataformaLatinaRevistasComunicaci%C3%B3n>), tenía 17 artículos y 89 visitas hasta noviembre del 2012. En la red *Mendeley* (<http://www.mendeley.com/profiles/plataforma-revistas-comunicacion/>), la plataforma tiene un repositorio con 16 artículos de distintas revistas, pero sólo 1 contacto registrado. *ResearchGate* (<https://www.researchgate.net/profile/PlataformaComunicacion/>) tiene 15 entradas con enlace a los últimos artículos publicados y 7 seguidores. Finalmente, en la red *Cosis* (<http://www.cosis.net/profile/u5d5e023c1189772a052984>), la Plataforma Latina de Comunicación Social posee 17 entradas y apenas un seguidor.

6. Discusión de los resultados

En lo que respecta a la primera hipótesis, la tendencia en el nuevo estudio parece similar a la de los trabajos anteriores, si bien algunas de las cinco revistas que conforman el objeto de estudio aún tienen abiertos sus sumarios. Estamos ante un conjunto de revistas en las que de momento no se publica un gran número de artículos, probablemente porque la principal dificultad sea darse a conocer y quizás (hipótesis) esta tendencia marque números diferentes en años venideros.

Esta misma hipótesis nos hablaría de una equiparación al resto de revistas científicas sobre Comunicación. Según el INRECS y el índice de impacto del año 2010, la que “menos publicó fue *Questiones Publicitarias. Revista Internacional de Comunicación y Publicidad* (22 artículos); en el lado opuesto, la que más publicó fue *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, con 230 artículos. La producción⁴ de esas 24 revistas arroja una media de 77,25 artículos” (Herrero, *et al*, 2012: 86).

Si se toma como base la variable “género de los autores”, según los datos obtenidos, podríamos calcular otros de forma más global (Tablas 14 y Tabla 15):

⁴ Incluyendo que según el índice referencia, hay dos revistas con producciones incompletas respecto al año referido.

Tabla 14. Género de los autores. Datos globales (I)

		1er autor		Resto de autores	
		Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
SUMA de las 5 revistas	Año 2010	24	30	6	14
	Año 2011	21	40	16	10
	Año 2012	23	26	13	14
TOTAL		68	96	35	38

Datos obtenidos de las revistas. Tabla: elaboración propia

Tabla 15. Género de los autores. Datos globales (II)

	Total hombres	Total mujeres
2010	30	44
2011	37	50
2012	36	40
2010 + 2011 + 2012	103	134

Datos obtenidos de las revistas. Tabla: elaboración propia

La participación de autores del género femenino es mayor tanto en términos globales como por años (2010, 2011 y 2012) como teniendo en cuenta al primer firmante, igualmente en términos globales y por año. El único dato donde hay más autores que autoras es en el de segundo autor y sucesivos del año 2011.

En tercer lugar, en el año 2012, las universidades más participativas en estas publicaciones son las españolas, sudamericanas y centroamericanas. Dato que va en consonancia con la cuarta hipótesis. De los 164 artículos analizados, 126 provenían de España o, lo que es lo mismo, un 77% del total de los recibidos. Los siguientes países más participativos son México y Cuba, con siete artículos cada uno de ellos. Mientras, en Europa, el país con más participación es Francia, con cuatro artículos.

Realizando igualmente una cuantificación global con respecto a la quinta hipótesis, se obtienen los siguientes datos:

- Doctor (primer autor, 2010): 40 (más 2º autor y sucesivos: 45)
- Doctorando (primer autor, 2010): 4 (más 2º autor y sucesivos: 7)
- Licenciado (primer autor, 2010): 7 (más 2º autor y sucesivos: 11)
- Datos no encontrados (primer autor, 2010): 3 (más 2º autor y sucesivos: 11)

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

- Doctor (primer autor, 2011): 35 (más 2º autor y sucesivos: 47)
- Doctorando (primer autor, 2011): 10 (más 2º autor y sucesivos: 17)
- Licenciado (primer autor, 2011): 13 (más 2º autor y sucesivos: 19)
- Datos no encontrados (primer autor, 2011): 3 (más 2º autor y sucesivos: 4)

- Doctor (primer autor, 2012): 24 (más 2º autor y sucesivos: 35)
- Doctorando (primer autor, 2012): 7 (más 2º autor y sucesivos: 14)
- Licenciado (primer autor, 2012): 3 (más 2º autor y sucesivos: 3)
- Datos no encontrados (primer autor, 2012): 15 (más 2º autor y sucesivos: 24)

Según los resultados, existe una participación muy activa de doctores.

En cuanto al uso de redes sociales, los resultados ponen de manifiesto una baja actividad, pero sin duda, un alto potencial de acción por realizar.

Al desafío de mayor actividad, Santana-Arroyo (2010) que una vez conseguida mayor actividad, el común denominador en las relaciones será la desigualdad en la participación de los contactos. Al respecto sostiene:

si las aportaciones a los foros son simples y rutinarios, si las informaciones o noticias no son interesantes o si los materiales ofrecidos no son útiles para la práctica y el quehacer científico, entonces la red no servirá como espacio para la autoformación, y el interés en participar irá desapareciendo (2010: 331).

Ya el estudio que en su momento realizamos sobre el uso que Revista Latina de Comunicación Social hacía de las redes sociales, dejaba claro que constituían un fenómeno al cual el mundo académico y científico no podía negar su participación, puesto que científicos y académicos también necesitan sentir que son parte de una comunidad.

Los resultados y el análisis exploratorio realizado nos permiten afirmar que dichas redes ofrecen grandes oportunidad para compartir recursos que los académicos emplean para su trabajo, los cuales pueden ser de utilidad para sus equipos o para investigadores que trabajen en los mismos campos de estudio.

Las redes científicas de uso social analizadas combinan colecciones útiles, herramientas para investigar y compartir documentos, con un toque social, que posibilita la atracción hacia las mismas (Santana-Arroyo, 2010).

7. Conclusiones

Una vez vistos los resultados, se puede decir que existe un bajo número de artículos publicados, consecuencia muy probablemente de que estamos ante revistas jóvenes y aún no demasiado conocidas desde el punto de vista académico. La futura hipótesis es que esta tendencia cambiará en los próximos años, especialmente una vez que las revistas entren a formar parte del IN-RECS y consigan una mayor visibilidad.

La segunda variable nos da un mayor número de artículos elaborados por mujeres que por hombres por lo que no se cumple la previsión inicial, que preveía un 50%/50%.

Dado que las revistas están editadas en España, no parece extraño que la mayoría de artículos publicados provengan de instituciones universitarias españolas y, cuando no es así, lo hagan de universidades de países de habla hispana. En correspondencia con ello, los artículos igualmente provienen de España en su mayoría y, en el resto de casos –salvo algunas excepciones– de países de habla hispana.

Especialmente es relevante el hecho de que la mayoría de autores sean doctores. La hipótesis formulada planteaba justamente lo contrario ya que se partía de la base de que los autores más noveles serían los que intentarían publicar en estas nuevas publicaciones.

Finalmente, se confirma que la actividad divulgativa de las cabeceras en las redes sociales (académicas y no) es muy escasa e insipiente en lo que respecta a esfuerzos individuales, mostrando sus primeros pasos en el desarrollo, de la mano de una acertada estrategia común liderada por pLatCom. Esta apertura, que deberá ser motivo de futuras y exhaustivas investigaciones permitirá que los resultados de las investigaciones se extiendan en beneficio de todos; porque los investigadores, en adelante, ya no aceptarán un mundo científico sin los nuevos conceptos de la Web 2.0 (Santana-Arroyo, 2010).

Referencias bibliográficas

- 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). UOC. Consultado el 22 de mayo de 2009 http://www.uoc.edu/rusc/3/1/dt/esp/aguillo_granadino.pdf
- Álvarez Nobell, A. (2011): *Medición y Evaluación en Comunicación*. Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP). Málaga: España.
- Arroyo, N., Ortega, P., Pareja, V., Prieto, V. y Aguillo, C. (2005): “Cibermetría. Estado de la cuestión” En *9as. Jornadas Españolas de Documentación*, Madrid, España. Consultado el 10 de mayo de 2007. http://eprints.rclis.org/archive/00007206/01/ArroyoEtAl_FESABID2005.pdf

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

- Chiroque-Solano, R. y Padilla-Santoyo P. (2009): "Análisis de coautoría en la revista *Biblios*: una aproximación desde Google Scholar". En *Biblios: Revista de Bibliotecología y Ciencias de la Información*, 34. Consultado el 16 de julio de 2012 en:
http://www.researchgate.net/publication/45161708_Analisis_de_coautora_en_la_revista_Biblios_Una_aproximacin_desde_Google_Scholar
- Castillo-Esparcia, A. y Carretón, M. (2010): "Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España." en *Comunicación y Sociedad*, vol. XXIII, n. 2, pp. 289-327
http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=372
- Castillo-Esparcia, A.; Rubio-Moraga, Á. 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, pp. 248-270 recuperado el 16 de junio de 2012, de
http://www.revistalatinacs.org/067/art/955_UMA/11_Castillo.html
DOI: 10.4185/RLCS-067-955-248-270
- Fernández-Quijada, D. (2008): "Revistas científicas e índice de impacto. A propósito de "Hacer saber." en *Área Abierta*, número 20, pp. 1-10. Disponible en:
<http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB0808230001D/4135>
- Flores-Vivar, J.-M.I (2009): "Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales" en *Revista Comunicar* 33; pp. 73-81. Consultado el 7 de agosto de 2010 en:
http://www.revistacomunicar.com/numeros_anteriores/archivospdf/33/c33-2009-02-007.pdf
- Fonseca-Mora, C. (2012): "Claves de difusión de artículos científicos". En Herrero Gutiérrez, Francisco Javier (2012): *Elegir dónde publicar. Transferencia de la investigación en Comunicación*. La Laguna (Tenerife): Sociedad Latina de Comunicación Social, pp. 15-23.
- Giménez-Toledo, E. (2011): "La opinión de los expertos sobre las revistas españolas de comunicación y otros indicadores de calidad". *Comunicar*
<http://www.revistacomunicar.com/pdf/2011-04-Elea-Gimenez.pdf>
- Herrero-Gutiérrez, F.-J. (2012): *Elegir dónde publicar. Transferencia de la investigación en Comunicación*. La Laguna (Tenerife): Sociedad Latina de Comunicación Social.
- y Gutiérrez-San Miguel, B. y Acle-Vicente, D. (2011): "Fonseca, Journal of Communication, una revista online de reciente aparición: descripción del proceso de creación". En *Actas Icono 14*, número 8. *II Congreso Internacional Sociedad Digital*. Disponible en Internet en:
<http://www.icono14.net/ocs/index.php/2csd/sociedaddigital2/paper/view/36/101>
- y López-Ornelas, M. y Álvarez-Nobell, A. (2012): "Análisis cibernético de cinco revistas emergentes de Comunicación en sus dos primeros años en

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

línea: Revista Mediterránea de Comunicación; Fonseca, Journal of Communication; Miguel Hernández Communication Journal, Revista Pangea y Fotocinema”. En *index.comunicación*, número 2, pp. 69-90. Disponible en Internet en <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/32/36>

---- y López-Ornelas, M. y Álvarez-Nobell, A. (2011a): “La divulgación científica en comunicación: análisis cibernético de cuatro revistas emergentes en su primer año en línea”. En *Actas del III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*. La Laguna (Tenerife), diciembre de 2011.

---- y López-Ornelas, M. y Álvarez-Nobell, A. (2011b): “Revista Latina de Comunicación Social, en la red social Facebook”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, pp. 526-548 recuperado el 27 de octubre de 2012, de http://www.revistalatinacs.org/11/art/944_Salamanca/23_Javier.html
DOI: [10.4185/RLCS-66-2011-944-526-548](https://doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-944-526-548)

La Gaceta (2010): Internet es condición necesaria, pero no suficiente para el conocimiento. Consultado el 19 de mayo de 2010.
http://www.lagaceta.com.ar/nota/370116/Actualidad/Internet_condicion_necesaria_pero_no_suficiente_para_conocimiento.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>

---- (2010a): “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, pp. 538-552 recuperado el 16 de junio de 2012 de 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)

----(2010b): “Indicadores cibernéticos. Una descripción de los procesos de comunicación en las revistas académicas electrónicas”. En *Actas del II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*, Universidad de La Laguna, diciembre de 2010. Disponible en Internet en: http://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas_2010/34Maricela.pdf

Macías-Chapula, C. A. (2001): “Papel de la informetría y de la cienciometría y su perspectiva nacional e internacional, 2001. En *ACIMED. Editorial de Ciencias Médica ECIMED*, 9 (1), pp 35-41. Cuba.
<http://eprints.rclis.org/archive/00001874/01/sci06100.pdf>

Russell JM; Madera-Jaramillo MJ; Ainsworth S. (2009): "El análisis de redes en el estudio de la colaboración científica". *REDES- Revista Hispana para el análisis de redes sociales*, 17 (2).

Martínez-Nicolás, M. (2009): “La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y roles actuales”. En *Revista Latina de Comunicación*

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

Social, 64, pp 1-14. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 17 de noviembre de 2011 de http://www.revistalatinacs.org/09/art/01_800_01_investigacion/Manuel_Martinez_Nicolas.html DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-800-01-14

---- 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, pp 101-129 recuperado el 15 de noviembre de 2011, de:

http://www.revistalatinacs.org/11/art/926_Vicalvaro/05_Nicolas.html
DOI: 10.4185/RLCS-66-2011-926-101-129 / CrossRef link

Muriel-Gomar, S. (2008): *¿Por qué tuitear?: Twitter: lo que cada uno quiere que sea*: Bit, 169, pp. 58-59. Consultado el 26 de agosto de 2010 en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2675311>

Oller-Alonso, M; Segarra-Saavedra, J. y Plaza-Nogueira, A. (2012): "La presencia de las revistas científicas de Ciencias Sociales en los 'Social Media': de la Web 1.0 a la Web 2.0". En *index.comunicación*, número 2, pp. 49-68. Disponible en Internet en <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/27/32>

Rowland, F. (1999): "Scientists in communication". En Scanlon, Eileen; Hill, Roger y Junker, Kirk (Eds.) (1999): *Communicating Science*. London y New York in association with The Open University: Routledge, pp. 55-60

Santana Arroyo, S. (2010): "Redes de intercambio de información científica y académica entre los profesionales en el contexto de la Web 2.0" en *Revista Cubana de ACIMED*, 21(3). pp. 321-333. Disponible en internet en <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v21n3/aci06310.pdf>

Uribarri, I. (2007): "*La comunicación científica en la sociedad de la información*". En revista del ITAES. 9. pp. 24-29 . Consultado el 12 de noviembre de 2011, en: www.itaes.org.ar/biblioteca/comunicacioncientifica.pdf

Sitios web de las Revistas

<http://www.revistalatinacs.org/> [Página web de Revista Latina de Comunicación Social]

<http://ec3.ugr.es/in-recs/> [Página web de INRECS]

<http://www.rmedcom.org/> [Página web de Revista Mediterránea de Comunicación]

<http://fjc.usal.es> [Página web de Fonseca, Journal of Communication]

<http://mhcj.es/> [Página web de Miguel Hernández Communication Journal]

<http://revistapangea.org/> [Página web de Pangea: Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación]