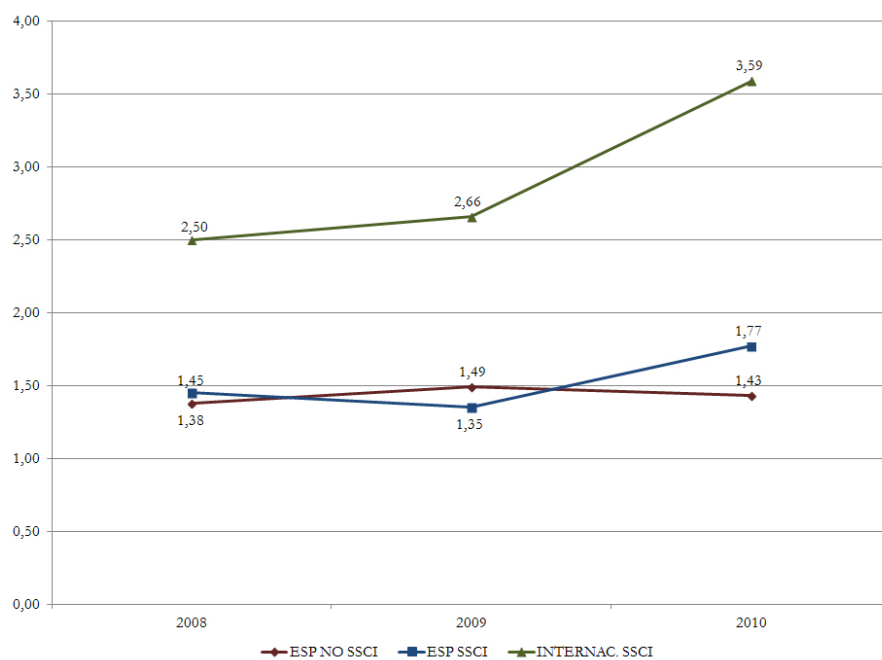


Figura 2. Evolución del índice de coautoría**Tabla III.** Tipología de autoría múltiple

Colaboraciones	Rev. españolas no SSCI		Rev. españolas SSCI		Rev. internacionales SSCI	
	n	%	n	%	n	%
Sin colaboración	180	66,4	57	55,3	24	29,3
Nacional	72	26,6	37	35,9	22	26,8
Internacional	19	7,0	9	8,7	36	43,9
Total	271	100	103	100	82	100

Nota: los diferentes tipos de colaboraciones pueden aparecer simultáneamente en un mismo artículo. En los casos en los que no constaba institución y/o país para alguno de los coautores, se han analizado sólo los datos disponibles.

Tabla IV. Tipología de autoría múltiple por instituciones

Sin colaboración			Nacional			Internacional		
Institución	n	%	Institución	n	%	Institución	n	%
Revistas españolas no indizadas en SSCI								
UCM	20	11,0	UCM	21	14,2	UCM	2	9,1
UAB	19	10,4	URJC	17	11,5	UMH	2	9,1
EHU	17	9,3	USJ	10	6,8	UNAV	2	9,1
URJC	16	8,8	UA	6	4,1	URJC	2	9,1
UA	11	6,0	USPCEU	6	4,1	US	2	9,1
UNAV	9	4,9	UVA	6	4,1	UV	2	9,1
UMA	7	3,8	UMA	5	3,4	EHU	1	4,5
UEMC	6	3,3	US	5	3,4	UA	1	4,5
UJI	6	3,3	UNAV	4	2,7	UAO	1	4,5
UC3M	5	2,2	UOC	4	2,7	UCJC	1	4,5
Otras (30)	66	36,3	Otras (41)	64	43,2	Otras (6)	6	27,3
Total	182	100	Total	148	100	Total	22	100
Revistas españolas indizadas en SSCI								
UCM	7	12,5	UCM	5	6,7	US	2	20,0
EHU	5	8,9	UHU	4	5,3	EHU	1	10,0
US	5	8,9	UNAV	4	5,3	UAB	1	10,0
UC3M	4	7,1	UPF	4	5,3	UCM	1	10,0
UGR	4	7,1	US	4	5,3	UHU	1	10,0
UMA	4	7,1	EHU	3	4,0	UMA	1	10,0
ULL	3	5,4	UAB	3	4,0	UNAV	1	10,0
USAL	3	5,4	UC3M	3	4,0	UNED	1	10,0
UAB	2	3,6	URJC	3	4,0	USPCEU	1	10,0
UHU	2	3,6	USPCEU	3	4,0			
Otras (13)	17	30,4	Otras (32)	39	52,0			
Total	56	100	Total	75	100	Total	10	100
Revistas internacionales indizadas en SSCI								
EHU	3	13,6	UPF	6	10,2	UAM	7	16,7
UGR	2	9,1	UDG	4	6,8	IE	4	9,5
UNIZAR	2	9,1	UV	4	6,8	URJC	4	9,5
CSIC	1	4,5	ISC3	3	5,1	UNAV	3	7,1
UAB	1	4,5	UAB	3	5,1	UA	2	4,8
UAM	1	4,5	UAM	3	5,1	UAB	2	4,8
UB	1	4,5	UJI	3	5,1	EHU	2	4,8
UC3M	1	4,5	UPN	3	5,1	URV	2	4,8
UCLM	1	4,5	UPV	3	5,1	FVC	1	2,4
UCM	1	4,5	UC3M	2	3,4	USPCEU	1	2,4
Otras (8)	8	36,4	Otras (22)	25	42,4	Otras (14)	14	33,3
Total	22	100	Total	59	100	Total	42	100

En las revistas españolas indizadas en SSCI también predomina la Universidad Complutense. En los artículos sin colaboración le siguen las universidades del País Vasco y de Sevilla, apareciendo algún nombre nuevo como el de la Universidad de Granada, la Universidad de La Laguna o la Universidad de Salamanca. En la colaboración nacional, también liderada por la Universidad Complutense, tienen una posición destacada la Universidad de Huelva y la Universitat Pompeu Fabra, en línea con su volumen total de producción en esta muestra. Finalmente, la colaboración internacional se reduce a diez casos, una cifra muy limitada para extraer conclusiones. Sólo la Universidad de Sevilla destaca al ser la única con más de una colaboración. Con la excepción de una universidad italiana, el resto de instituciones extranjeras con las que se firma conjuntamente procede de Latinoamérica: dos de México y Perú y una de Argentina, Brasil, Chile, la República Dominicana y Venezuela.

En las revistas internacionales, la colaboración entre distintos centros es la tónica general. Aunque la forma de colaboración más habitual es la internacional (tabla III), la nacional implica a un mayor número de centros españoles (tabla IV). La presencia de cooperación múltiple, es decir, con autores de diversos centros españoles e internacionales, se da en contadas ocasiones. Merece también la pena destacar que, a diferencia de lo que sucede en las revistas nacionales, hay pocos centros que ocupen posiciones destacadas en las diversas formas de colaboración. Seguramente, la explicación es lo limitado del total de artículos de esta tipología, 82, y su dispersión entre múltiples centros. En cierto modo, esta distinción podría ilustrar el ámbito de influencia de los centros. Mientras que algunos para publicar en el extranjero tejen una red fundamentalmente internacional (p. ej., Universidad Autónoma de Madrid, IE University o Universidad Rey Juan Carlos), otros lo hacen con instituciones españolas (Universitat Pompeu Fabra, Universitat de Girona o Universitat de València). Por el contrario, la autoría múltiple dentro de una única institución es la menos habitual.

La colaboración internacional se distribuye entre 35 países, si bien la mayoría de los trabajos aparecen firmados con investigadores de Estados Unidos y el Reino Unido; entre ambos países protagonizan el 30,6% de la cooperación internacional. A mayor distancia se encuentran Holanda, Alemania, Australia e Italia con cinco trabajos firmados con investigadores españoles el primero y cuatro los restantes. Merece la pena subrayar la escasa colaboración con los países latinoamericanos (Brasil, Chile, Perú y Venezuela), con los que solo se publican tres trabajos conjuntos en tres títulos diferentes. En todos esos casos participa, además, como mínimo, un tercer país.

Los trabajos en colaboración con instituciones no españolas aparecen en 23 títulos distintos. Las revistas *Cyberpsychology & Behavior* e *Interna-*

tional Journal of Advertising acogen tres artículos cada una en colaboración, mientras que en diez hay una única aportación en colaboración.

La red de colaboraciones entre instituciones queda reflejada al aplicar el ARS con los datos expuestos para los tres grupos de revistas estudiadas. Se aplicó y representó, además, un cálculo de rango (*degree*) para observar la centralidad de las diferentes instituciones en el conjunto de la red.

En el caso de las revistas españolas no indizadas en SSCI, la Universidad Complutense tiene una posición central evidente (figura 3). Incluso se podría catalogar de hegemónica, como corrobora su alto rango (18) y la emergencia a su alrededor del resto de instituciones mejor posicionadas, incluyendo las cuatro siguientes con mayor rango: Universidad Rey Juan Carlos (12), Universidad San Jorge (8), Universidad de Murcia y Universidad San Pablo CEU (ambas con 6).

Al realizar el mismo ejercicio con las tres revistas españolas SSCI (figura 4), la imagen que aparece es poco densa. Emergen dos redes distintas y cuatro grupos aislados de colaboraciones. La red con mayor número de actores se forma a partir de dos *clusters* de base geográfica: el primero surge alrededor de dos universidades andaluzas, Sevilla y Huelva, y el segundo en torno a dos universidades catalanas, Autònoma de Barcelona y Pompeu Fabra, más la de Navarra. La segunda red pone su acento en Madrid, ya que Complutense y San Pablo CEU son su núcleo. El mayor rango corresponde a la Universidad de Sevilla (6), seguida de la del País Vasco y de las tres instituciones que editan esas mismas tres revistas: Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Huelva y Universidad de Navarra, todas con el mismo rango (5).

Finalmente, en las colaboraciones en revistas internacionales SSCI (figura 5), se observan cinco *clusters* muy claros. Dos de ellos son especialmente densos, formados fundamentalmente por instituciones no españolas y procedentes, cada uno de ellos, de un único texto. Llama la atención la gran cantidad de instituciones firmantes en cada investigación (16 y 17), una práctica poco habitual en comunicación donde, como se ha visto, la autoría múltiple es la norma pero con un índice de coautoría lejos de esas cifras. El primero de ellos es poco representativo del ámbito de comunicación, ya que fue publicado en el *Journal of Language and Social Psychology* y la participación española procede de la Facultad de Psicología de la Universidad de Salamanca, una institución que obtiene todo su rango (16) de este artículo. A pesar de aparecer en una revista de la categoría de comunicación, el artículo tiene un marcado carácter psicológico, un área en la que el promedio de autores por artículo es elevado. Por contraste, la Universidad Rey Juan Carlos, presente en el otro gran *cluster*, obtiene un rango algo mayor (22) pero originado en cinco artículos diferentes. Sorprendentemente, el mayor rango no lo obtiene ninguna universidad española

sino la italiana de Padua (26), lo que sugiere cierta fragilidad de esta red de colaboración en el ámbito internacional.

Entre los dos anteriores, el tercer *cluster* presenta unas dimensiones más modestas, pero ofrece una mayor participación de instituciones tanto españolas como internacionales. Las universidades españolas presentan un mayor nivel de colaboración y en consecuencia se conectan más centralmente con el resto de la red, básicamente en el caso del País Vasco (13) y Navarra (10).

Totalmente desvinculado de los tres *clusters* anteriores, se observa la existencia de un cuarto conjunto construido alrededor de la Universidad Autónoma de Madrid (9). Como en los casos anteriores, las colaboraciones son puntuales y no especialmente sólidas. Sin embargo, en este caso el número de artículos es mayor que en el resto de *clusters*. Una última agrupación importante surge en torno a trabajos publicados por instituciones o departamentos del ámbito de la salud, lo que explica que su núcleo esté en el Instituto de Salud Carlos III y que en él participen centros como el Hos-

Figura 3. Colaboración de autores españoles en revistas nacionales no indizadas en SSCI

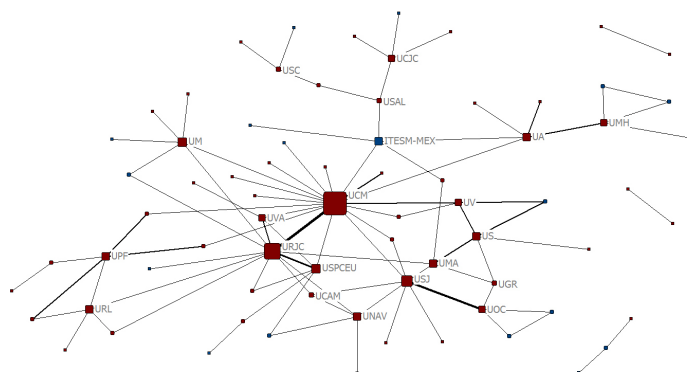


Figura 4. Colaboración de autores españoles en revistas nacionales SSCI

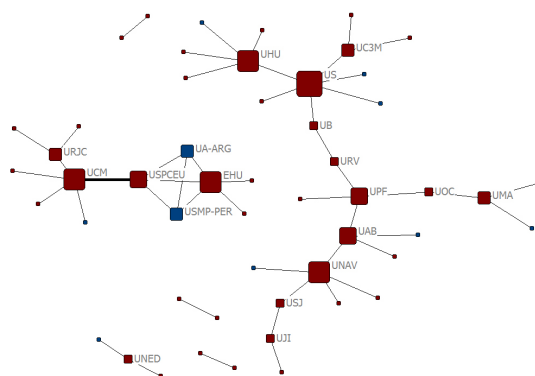
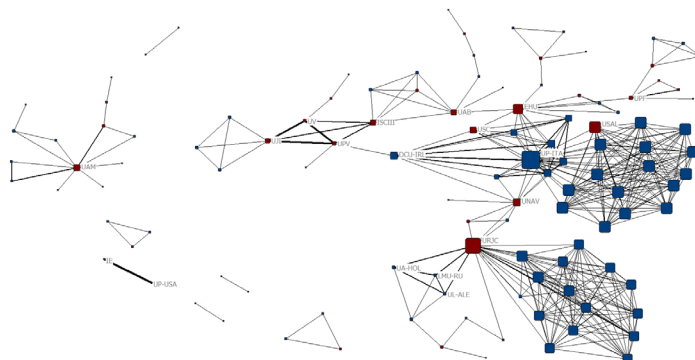


Figura 5. Colaboración de autores españoles en revistas internacionales SSCI



pital Universitari de Bellvitge o el suizo Hôpitaux Universitaires de Genève. Además, en este *cluster* se observa una de las relaciones más sólidas entre tres instituciones del mismo ámbito geográfico autonómico: la Universitat Jaume I, la Universitat de València y la Universitat Politècnica de València.

En esta línea, un último elemento a destacar es otra relación fuerte entre IE University y la University of Pennsylvania, basada en hasta cuatro colaboraciones a lo largo del período pero aisladas del conjunto de la red. Se trata de una investigadora radicada en España pero formada en esa universidad norteamericana.

3.3. Patrones en el uso de referencias

Entre 2008 y 2010, los 829 artículos publicados por revistas españolas no indizadas en SSCI referenciaron 4.112 artículos de 1.232 revistas científicas diferentes. Los 258 artículos de las revistas españolas SSCI incluyeron menciones a 1.330 artículos de 465 revistas diferentes. Los 112 artículos internacionales SSCI hicieron referencia a 2.613 artículos distribuidos en 854 revistas distintas.

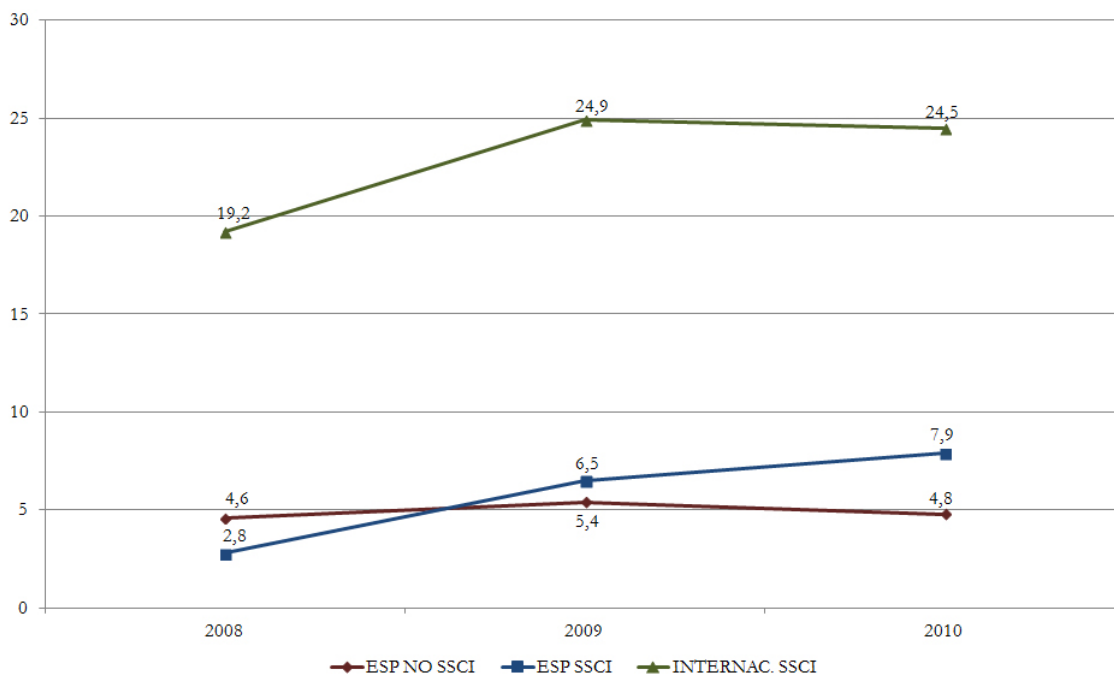
Como se observa, la ratio de referencias a artículos de revistas por artículo publicado es similar para las dos muestras de revistas españolas: 5 para las no indizadas y 5,2 para las incluidas en SSCI. En el caso de las revistas internacionales SSCI esta cifra

se dispara hasta 23,3, evidenciado un comportamiento diametralmente distinto. A lo largo del trienio observado, el número de referencias por artículo de la revistas internacionales es siempre muy superior al ofrecido por las publicaciones españolas (figura 6). Así, mientras que en 2008 la ratio es de 19,2, en los años 2009 y 2010 asciende a 24,9 y 24,5, respectivamente. En las revistas españolas también incluidas en SSCI, la tendencia a lo largo del período es el aumento acelerado, desde 2,8 referencias por artículo en 2008 a 7,9 en 2010. En el caso del resto de revistas nacionales, estabilidad es el término que mejor define su evolución.

Otra característica común entre las revistas nacionales es la diversidad en las referencias. La mayoría de publicaciones sólo son mencionadas una vez, con un porcentaje semejante en ambas muestras: 66% en el caso de revistas españolas SSCI y 65,7% en las revistas españolas no incluidas en SSCI.

Las diferencias aparecen en la observación de las revistas más referenciadas (tabla V). Entre los artículos que aparecen en revistas españolas no incluidas en SSCI la publicación más referenciada es *Revista latina de comunicación social* (320), por delante de *Telos* y *Zer* (206 y 157, respectivamente). A continuación aparecen tres revistas incluidas en SSCI: *Journal of Communication* (104), *Comunicar* (89) y *Estudios sobre el mensaje periodístico* (63).

Figura 6. Evolución del número de referencias por artículo



En cuanto a las referencias de las revistas españolas incluidas en SSCI, destaca *Comunicar* con 143 menciones. Casi tres veces más que *Revista latina de comunicación social* (48), que ocupa el segundo lugar. La primera revista en inglés, *Journal of Communication*, es la tercera más referenciada (43). En las posiciones séptima y octava aparecen *Journal of Advertising Research* y *Journal of Advertising*, de manera que la presencia de revistas internacionales es más destacada que en la primera muestra.

Hasta un total de ocho revistas (*Revista latina de comunicación social*, *Comunicar*, *Journal of Communication*, *Telos*, *Zer*, *Estudios sobre el mensaje periodístico*, *Comunicación y sociedad* y *Anàlisi*) se sitúan entre las diez más referenciadas en las

dos muestras de revistas españolas, diluyéndose por tanto las diferencias entre ambas listas. Otras revistas que aparecen entre las veinte más habituales en las dos muestras son *Ámbitos*, *Journal of Advertising*, *European Journal of Communication*, *Journal of Broadcasting & Electronic Media* y *Quaderns del CAC*. Todas las publicaciones de este grupo de cabecera pertenecen al ámbito de comunicación.

Si se centra la mirada en los artículos publicados por las revistas internacionales del SSCI, se observan algunas diferencias relevantes. En primer lugar, el número de revistas con una única referencia es ligeramente inferior, representando el 60,3% del total, algo más de 5 puntos menos que las otras revistas del estudio.

Tabla V. Revistas referenciadas por autores españoles

Españolas no SSCI		Españolas SSCI		Internacionales SSCI	
Revista	Refs.	Revista	Refs.	Revista	Refs.
<i>RLCS</i>	320	<i>Comunicar</i>	143	<i>JAR</i>	67
<i>Telos</i>	206	<i>RLCS</i>	48	<i>JA</i>	59
<i>Zer</i>	157	<i>JC</i>	43	<i>JMR</i>	52
<i>JC</i>	104	<i>EMP</i>	43	<i>JCR</i>	48
<i>Comunicar</i>	89	<i>Zer</i>	41	<i>JM</i>	46
<i>EMP</i>	63	<i>CyS</i>	36	<i>JPSP</i>	42
<i>Anàlisi</i>	61	<i>JAR</i>	25	<i>JC</i>	41
<i>CyS</i>	58	<i>JA</i>	22	<i>JASA</i>	31
<i>Ámbitos</i>	54	<i>Telos</i>	21	<i>CR</i>	30
<i>AA</i>	53	<i>Anàlisi</i>	17	<i>TP</i>	30
<i>I14</i>	46	<i>Ámbitos</i>	16	<i>MS</i>	29
<i>JAR</i>	43	<i>EJC</i>	13	<i>PB</i>	28
<i>CIC</i>	43	<i>JBEM</i>	12	<i>CB</i>	27
<i>EJC</i>	41	<i>MCS</i>	12	<i>JBR</i>	26
<i>JBEM</i>	40	<i>IJA</i>	11	<i>PUS</i>	26
<i>Trípodos</i>	39	<i>RE</i>	11	<i>PRR</i>	25
<i>CR</i>	34	<i>JQ</i>	10	<i>JMCQ</i>	24
<i>RP</i>	30	<i>QP</i>	9	<i>POQ</i>	24
<i>SR</i>	28	<i>QCAC</i>	8	<i>JAMS</i>	23
<i>QCAC</i>	26	<i>POQ</i>	8	<i>SMJ</i>	23
Otras (1.212)	2.577	Otras (445)	781	Otras (834)	1.912
Total	4.112	Total	1.330	Total	2.613

Las revistas con más referencias en artículos publicados en revistas internacionales del SSCI son *Journal of Advertising Research* (67), *Journal of Advertising* (59), *Journal of Marketing Research* (52), *Journal of Consumer Research* (48) y *Journal of Marketing* (46). Todas ellas de un ámbito muy determinado, publicidad y marketing, y de las cuales sólo las dos primeras están adscritas a la categoría de comunicación del SSCI. De hecho, las diez revistas más referenciadas están todas incluidas en Web of Knowledge (WoK), pero distribuidas en las categorías de Acústica (1), Comunicación (5), Negocios (5) y Psicología (1)¹. Entre las diez primeras también encontramos, en la séptima posición, *Journal of Communication* (41), que como ya se ha indicado es la publicación internacional más referenciada en las revistas españolas.

Las revistas nacionales desempeñan un papel meramente testimonial en los artículos publicados en SSCI. Sólo 73 de los 2.613 artículos referenciados fueron publicados en revistas españolas, menos de un 3%. Los títulos que aparecen más a menudo, en cuatro ocasiones, son, significativamente, de ámbitos ajenos a la comunicación: *Tonos digital* (Filología), *Revista Iberoamericana de Educación* (Educación) y *Psicothema* (Psicología). Entre los 57 títulos distintos con al menos una referencia encontramos revistas de comunicación, aunque son escasas y acumulan un número limitado de citas. En concreto *Anàlisi*, *Comunicación y sociedad*, *Revista latina de comunicación social*, *Telos*, *Trípodos* y *Zer*, a las que habría que añadir dos revistas divulgativas como *Quark* y *Capçalera*. Entre todas ellas no acumulan más que once impactos, menos del 0,05% del total.

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La comunicación como disciplina científica es relativamente joven en nuestro país. No fue hasta los años 70 que nacieron las primeras facultades de comunicación. A pesar de ello, en los últimos años se ha demostrado como un campo particularmente activo. Las facultades han proliferado, la producción científica se ha disparado y el número de revistas especializadas se ha multiplicado. Poco a poco, pues, la disciplina se ha consolidado y eso ha facilitado un interés progresivo por el estudio de la investigación en comunicación.

En este contexto, los resultados obtenidos en el presente trabajo dibujan un panorama claramente dual, confirmando buena parte de las hipótesis que sirvieron de punto de partida a la investigación. En todos los parámetros analizados se reproduce un doble modelo de comportamiento: uno para los artículos publicados en revistas españolas y otro para los que aparecen en revistas internacionales.

En la primera hipótesis se planteaba que las universidades históricas dominaban la publicación en revistas nacionales, mientras que las más jóvenes lo hacían en las de carácter internacional. Esta afir-

mación se ha visto parcialmente confirmada. Las universidades más antiguas concentran los primeros puestos en volumen de producción. La Universidad Complutense de Madrid lidera claramente el ranking en las dos muestras de revistas nacionales. Junto a ella, ocupan las primeras posiciones la Universitat Autònoma de Barcelona, la Universidad de Sevilla, la Universidad de Málaga y la Universidad del País Vasco. Sólo una universidad de nueva hornada irrumpe entre las mencionadas, la Universidad Rey Juan Carlos. Sin lugar a dudas, el tamaño de las universidades puede incidir en la posición dominante que ocupan todos estos centros. La tradición investigadora y una mayor masa crítica explicarían su elevada producción. Sin embargo, este volumen de producción no se refleja, en la mayoría de las ocasiones, en las revistas internacionales del SSCI. También cabe considerar un posible sesgo de los resultados, ya que precisamente la Universidad Complutense y la de Sevilla, situadas entre las de mayor producción, son las que editan mayor número de revistas incluidas en las dos muestras nacionales: la primera es la responsable editorial de cinco publicaciones –y otra publicación satélite alrededor de un grupo de investigación de la propia universidad–, una de ellas SSCI, mientras que la segunda edita cuatro títulos. Parece éste un factor que ha ayudado a reafirmar la posición de estas universidades, ya que la producción en sus propias revistas supone más de un 50% del total en ambos casos. Algo parecido se puede decir de la Universitat Ramon Llull o la Universidad de Huelva, que aparecen en cabecera en las muestras en las que se incluyen sus propias revistas, *Trípodos* en el primer caso y *Comunicar* en el segundo; el 77,3% de la producción de la primera en las revistas nacionales no incluidas en SSCI se publicó en su propia revista mientras que el 91,7% de los artículos de la segunda en las revistas españolas SSCI procede de la revista propia. No obstante, en el segundo caso hay que señalar que se trata de una universidad sin estudios de comunicación pero sí estudios de educación, de manera que parece lógica cierta concentración en la única revista del ámbito especializada en comunicación y educación.

La Universidad Autónoma de Madrid, una institución que no imparte estudios en el ámbito de la comunicación, es la que disfruta de mayor presencia en las revistas internacionales. Dicha circunstancia se explica por la actividad investigadora en torno a la publicidad realizada en su Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Junto a este centro, las primeras posiciones las ocupan instituciones más jóvenes y algunas de dimensiones más modestas como la Universitat Pompeu Fabra, IE University, la Universitat de Girona o la Universitat Rovira i Virgili, además de repetir la Universidad Rey Juan Carlos. Entre estos centros sólo se mantienen tres universidades históricas, la Universidad del País Vasco, la Autònoma de Barcelona y la de Navarra.

Dos características definen las revistas internacionales empleadas por los investigadores españoles para difundir sus trabajos: especialización y concentración. En cuanto al primer aspecto, las revistas que se podrían considerar más generalistas dentro de la disciplina –que con frecuencia son las que cuentan con mayor factor de impacto– parecen ser las más herméticas para los investigadores españoles. Por otro lado, se observa que algunos autores concentran sus aportaciones en una única revista. El caso más evidente es el de *Public Relations Review*, que en el período analizado publicó once artículos firmados por investigadores españoles; de éstos, seis eran de un mismo autor, y dos autores más aportaban dos trabajos adicionales cada uno. Ninguno de estos investigadores ha publicado en otra revista internacional SSCI de la categoría de comunicación en este período. Aunque es conocida la tendencia a que un grupo reducido de autores concentre una parte importante de la producción, en el caso que nos ocupa se observa, además, que esos autores más activos publican en una única publicación. Dicho comportamiento se ajusta a la tendencia natural de los autores a concentrar su investigación en pocos títulos. Sin embargo, a modo de hipótesis para futuros trabajos apuntamos la posibilidad de que el mencionado comportamiento pudiese explicar parcialmente el liderazgo de las universidades nuevas y más pequeñas, donde la ausencia de una masa crítica importante se vería compensada por la presencia de pocos autores productivos, relevantes y con vocación internacional.

La segunda hipótesis también se confirma a partir de los resultados obtenidos. A pesar de los impulsos que las autoridades políticas y universitarias españolas realizan en pro de la investigación en grupo, la difusión de los resultados de investigación en revistas españolas es fundamentalmente individual. El 68,6% de los artículos de las dos muestras nacionales presenta autoría única. Un porcentaje que cae en picado cuando se refiere a las revistas internacionales SSCI, situándose en el 26,8%. El índice de coautoría se dispara en el caso de estas últimas hasta rozar el 3, una cifra a la que no se acerca individualmente ninguna revista española.

Otro dato refuerza este resultado. Cuando existe trabajo en equipo, también se detectan conductas distintas. Si se publica en España, se opta por trabajar con compañeros de la propia institución y, en los pocos casos en los que el coautor es extranjero, su procedencia se limita al ámbito latinoamericano y, especialmente, la región geolingüística del castellano. En clara divergencia, si el destino son las revistas internacionales del SSCI, se apuesta claramente por la colaboración con autores de otros países, mayoritariamente externos a la región geolingüística del castellano.

En las revistas internacionales, la colaboración entre distintos centros nacionales es la tónica general. Aunque la forma de colaboración más habi-

tual es la internacional, la nacional es la que implica la participación de un mayor número de centros españoles. Merece también la pena destacar que a diferencia de lo que sucede en las revistas nacionales, hay pocos centros que ocupen posiciones destacadas en las diversas formas de autoría múltiple. En cierto modo, esta distinción podría ilustrar el ámbito de influencia de los centros. Como ya se ha señalado, mientras que algunos para publicar en el extranjero tejen una red fundamentalmente internacional, otros lo hacen con instituciones españolas. Por el contrario, la publicación sin colaboración es la menos utilizada.

La tercera presunción que se estableció inicialmente fue que también existían diferencias en el uso de referencias según los autores publicasen en revistas españolas o lo hiciesen en las internacionales. También esta hipótesis se ha visto corroborada. Los artículos publicados en revistas nacionales acogen un número mucho menor de referencias a revistas que las internacionales. Mientras que entre las primeras ofrecen una media de 5 –sin diferencias significativas según estén o no indicadas en SSCI– las segundas alcanzan una ratio de 23,3 referencias por artículo, casi cinco veces más. Las diferencias se mantienen si se observan otras características; por ejemplo, el porcentaje de revistas citadas una sola vez es también superior entre las nacionales que entre las internacionales, mostrando una gran dispersión.

En cuanto al destino de las referencias, se dan diferencias significativas. Se observan patrones dispares según el origen de las revistas en las que se publica y que hasta cierto punto se pueden considerar lógicos: entre las revistas nacionales priman las referencias a revistas nacionales, mientras que las internacionales hacen lo propio con las internacionales, relegando las referencias a trabajos publicados en revistas españolas a posiciones testimoniales. Entre ambos patrones existe un puente de conexión a través de la revista *Journal of Communication*. Esta revista, buque insignia de la International Communication Association, es la revista extranjera más citada por los autores que publican en revistas españolas. Entre los que lo hacen en las internacionales ocupa una posición también relevante, aunque por detrás de publicaciones más especializadas como *Journal of Advertising Research* o *Journal of Advertising*. En este punto es interesante resaltar que mientras entre los títulos nacionales hay una evidente falta de revistas especializadas en publicidad –la única de la muestra que se puede calificar como tal, *Questiones publicitarias*, publica un número reducido de artículos–, las revistas internacionales especializadas están entre las más citadas.

Cabe aquí apuntar un segundo sesgo detectado en la investigación, relacionado con el primero planteado anteriormente. Los altos índices de autocitas y autorreferencias de algunas publicacio-

nes ya expuestos en estudios previos (Fernández-Quijada, 2010) y que continúan manifestándose podrían indicar un intento de elevar artificialmente el impacto de la revista por encima del que los autores del área le reconocen a través de las referencias de sus trabajos. El caso más evidente se da en la muestra de revistas españolas SSCI; las tres revistas incluidas mejoran posiciones respecto a la clasificación de revistas nacionales fuera de SSCI gracias a porcentajes de autocitas que van del 72,1 al 92,3%. Casos similares se dan para algunas otras revistas nacionales en la muestra de revistas fuera de SSCI.

Finalmente, la cuarta y última hipótesis ha sido la única que no se ha corroborado. Ante la suposición inicial que defendía que las revistas españolas del SSCI ocupan un lugar intermedio entre las nacionales no presentes en SSCI y las internacionales indizadas por Thomson Reuters, todos los indicadores demuestran que están más definidas por el factor nacional que por su pertenencia a SSCI. La autoría única es mayoritaria y el número de autores por artículo es similar –con porcentajes casi idénticos en las dos muestras nacionales–, acogen mayoritariamente autores de las mismas instituciones –aquellas que hemos denominado históricas–, la ratio de referencias de artículos por trabajo es reducida y las revistas más citadas son coincidentes en gran medida.

No obstante, cabría hacer una puntualización, aún teniendo en cuenta lo limitado del período de tres años estudiado. Existen dos aspectos en los que la evolución observada parece indicar que estas revistas españolas SSCI están tendiendo a adoptar patrones más similares a los de las revistas internacionales con las que comparten indización. Por un lado, el número de autorías múltiples se multiplica entre 2009 y 2010 y en ese último año ya son la forma mayoritaria de autoría, veinte puntos por encima de sus homónimas nacionales aunque todavía a casi 30 de las internacionales. El índice de coautoría de estas revistas empieza a situarse claramente por encima del resto de revistas nacionales, aunque el trecho que las separa de las revistas internacionales SSCI sea aún enorme. A ello hay que añadir un segundo indicador, el número de referencias por artículo, que se multiplica casi por tres en dos años. Aunque aún se encuentra más de tres veces por debajo de los estándares internacionales, se empieza a diferenciar claramente del conjunto de revistas nacionales no incluidas en SSCI. Por ahora, se trata solamente de ligeras diferencias que no permiten definir una tendencia clara de divergencia entre las dos muestras de revistas españolas. Además, los cambios empiezan a detectarse en 2010, lo que podría sugerir que no hay causa sino efecto: las revistas españolas incluidas en WoK no han llegado ahí por sus tendencias de publicación de carácter internacional sino que su inclusión ha espoleado una internacionalización de los patrones de publicación de sus autores. Eso explicaría por qué los cambios se inician en 2010,

justo uno y dos años después de la notificación de su entrada en SSCI. Sin duda, la continuación de este estudio longitudinal y una exploración cualitativa entre los responsables editoriales de estas revistas permitiría observar más claramente si se da este “efecto WoK”.

Aunque no se dispone en estos momentos de argumentos suficientemente sólidos para explicar las diferencias patentes entre las revistas nacionales y las internacionales, se pueden aventurar varias hipótesis para trabajos futuros. Así, la mayor colaboración entre autores que publican en revistas internacionales se podría explicar por las temáticas tratadas y aproximaciones realizadas (por ejemplo, estudios comparativos); los temas más “locales” tendrían su salida natural en las revistas españolas. Igualmente, algunos estudios apuntan que los trabajos en colaboración tienen más facilidad para ser publicados en revistas internacionales que los firmados por un solo autor (Villagrà, 1992). Ante esto, parece contraproducente la reciente política de algunas publicaciones españolas que limita el número de firmas por artículo. También se podría estar produciendo una influencia en los resultados internacionales de autores ajenos al ámbito de la comunicación, como parece sugerir la presencia de instituciones sin estudios de comunicación o la importante presencia de revistas ajenas al ámbito en el apartado de referencias. Ello indicaría el carácter multidisciplinar de la especialidad, al tiempo que mostraría una limitada internacionalización de la investigación en comunicación realizada desde departamentos universitarios de comunicación. De hecho, poco más del 41% de los artículos publicados en revistas internacionales del SSCI procede de estas facultades (Masip, 2011b). También a modo de hipótesis, el mayor número de referencias podría explicarse por la exigencia de las revistas internacionales de dotar los trabajos de un potente marco teórico y profunda revisión del estado del arte. Unas demandas que aunque crecientes no siempre están presentes en las revistas nacionales del ámbito (López-Rabadán y Vicente-Mariño, 2011). A la vista de estos elementos, parece evidente que existen claras líneas de investigación futuras para profundizar en los porqués de los patrones de publicación observados y en la naturaleza y evolución del universo editorial español del ámbito de la comunicación.

5. NOTAS

[1] La suma de revistas asciende a 12 porque *Journal of Advertising* y *Journal of Advertising Research* están adscritas a dos categorías simultáneamente: comunicación y negocios.

6. BIBLIOGRAFÍA

Almiron, N.; Reig, R. (2007). The communications research in Spain: the Political Economy epistemological approach. *American Communication Journal*, vol. 9 (2), <http://ac-journal.org/journal/2007/Summer/5CommunicationsResearchinSpain.pdf> [consulta: 18 de octubre de 2011].

- Baladrón-Pazos, A.J.; Correyero-Ruiz, B. (2012). Futuro de las revistas científicas de comunicación en España. *El profesional de la información*, vol. 21 (1), 34-42.
- Borgatti, S.P. (2002). *NetDraw: Graph Visualization Software*. Harvard: Analytic Technologies.
- Borgatti, S.P.; Everett, M.G.; Freeman, L.C. (2002). *Ucinet 6 for Windows: Software for Social Network Analysis*. Harvard: Analytic Technologies.
- Caffarel, C.; Domínguez, M.; Romano, V. (1989). El estado de la investigación de comunicación en España (1978-1987). *C.in.co*, n. 3, 45-57.
- Castillo, A.; Carretón, M.C. (2010). Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España. *Comunicación y sociedad*, vol. XXIII (2), 289-327.
- Colle, R. (2009). La temática de *Revista Latina de Comunicación Social*, 1998-2008. *Revista latina de comunicación social*, n. 64, 71-85, http://www.revistalatinacs.org/09/art/07_806_13_revista/Raymond_Colle.html [consulta: 18 de octubre de 2011].
- De Aguilera, M. (1998). La investigación sobre comunicación en España: una visión panorámica. *Comunicación y cultura*, n. 4, 5-11.
- De Pablos, J.M. (2010). Análisis de las revistas españolas de Comunicación, tras la actualización del índice de impacto de 2009 (octubre de 2010). *II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*, La Laguna, España: Sociedad Latina de Comunicación Social, http://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas_2010/217_De_Pablos.html [consulta: 18 de octubre de 2011].
- Fernández Quijada, D. (2008). Revistas científicas e índices de impacto. A propósito de «Hacer saber». *Área abierta*, n. 20, 1-10, <http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/15788393/articulos/ARAB0808230001D.PDF> [consulta: 18 de octubre de 2011].
- Fernández-Quijada, D. (2010). El perfil de las revistas españolas de comunicación (2007-2008). *Revista Española de Documentación Científica*, vol. 33 (4), 553-581.
- Fernández-Quijada, D. (2011a). Appraising internationality in Spanish communication journals. *Journal of Scholarly Publishing*, vol. 43 (1), 90-109.
- Fernández-Quijada, D. (2011b). De los investigadores a las redes: una aproximación tipológica a la autoría en las revistas españolas de comunicación. En: Piñuel Raigada, J.L.; Lozano Ascensio, C.; García Jiménez, A. (editores) *Investigar la comunicación en España*, Fuenlabrada, España: Asociación Española de Investigación de la Comunicación/Universidad Rey Juan Carlos [CD-ROM].
- Fonseca-Mora, C.M. (coord.) (2011). *Acceso y visibilidad de las revistas científicas españolas de Comunicación*. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social, http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/10_Fonseca_interior.pdf [consulta: 18 de diciembre de 2011].
- Giménez-Toledo, E. (2011). La opinión de los expertos sobre las revistas españolas de comunicación y otros indicadores de calidad. En: Piñuel Raigada, J. L.; Lozano Ascensio, C.; García Jiménez, A. (editores) *Investigar la comunicación en España*, Fuenlabrada, España: Asociación Española de Investigación de la Comunicación/Universidad Rey Juan Carlos [CD-ROM].
- Giménez Toledo, E.; Alcain Partearroyo, M. D. (2006). Estudio de las revistas españolas de periodismo. *Comunicación y Sociedad*, vol. XIX (2), 107-131.
- González Alcaide, G.; Valderrama Zurián, J. C.; Alexandre Benavent, R. (2012). Análisis del proceso de internacionalización de la investigación española en ciencia y tecnología (1980-2007). *Revista Española de Documentación Científica*, vol. 35 (1), 94-118.
- Jiménez Contreras, E.; Faba, C.; Moya Anegón, F. (2001). El destino de las revistas científicas nacionales. El caso español a través de una muestra (1950-1990). *Revista Española de Documentación Científica*, vol. 24 (2), 147-161.
- Jiménez Contreras, E.; Moya Anegón, F.; Delgado López-Cózar, E. (2003). The evolution of research activity in Spain. The impact of National Commission for the Evaluation of Research Activity (CNEAI). *Research Policy*, vol. 32 (1), 123-142.
- Jones, D. E. (1994a). Investigació sobre comunicació social a l'Espanya de les autonomies. *Anàlisi*, n. 21, 101-120.
- Jones, D. E. (1994b). Investigació sobre comunicació a l'Espanya dels noranta. En: Parés i Maicas, M. (editor) *Cultura y comunicación social: América Latina y Europa Ibérica*, Barcelona: Generalitat de Catalunya, 87-98.
- Jones, D.E. (1998). Investigación sobre comunicación en España. Evolución y perspectivas. *Zer*, n. 5, 13-51.
- Jones, D.E.; Baró i Queralt, J.; Landa Montenegro, C.; Ontalba y Ruipérez, J.A. (2000). *Investigación sobre Comunicación en España. Aproximación bibliométrica a las tesis doctorales (1926-1998)*. Barcelona: ComCat.
- López-Rabadán, P.; Vicente-Mariño, M. (2011). Métodos y técnicas de investigación dominantes en las Revistas científicas españolas sobre comunicación (2000-2009). En: Piñuel Raigada, J.L.; Lozano Ascensio, C.; García Jiménez, A. (editores) *Investigar la comunicación en España*, Fuenlabrada, España: Asociación Española de Investigación de la Comunicación/Universidad Rey Juan Carlos [CD-ROM].
- Martínez Nicolás, M. (2006). Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento. *Anàlisi*, n. 33, 135-170.
- Martínez Nicolás, M. (2008). La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales. En: Martínez Nicolás, M. (coordinador) *Para investigar la comunicación. Propuestas teórico-metodológicas*. Madrid: Tecnos, 13-52.
- Martínez Nicolás, M.; Saperas Lapiedra, E. (2011). La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en

- revistas científicas. *Revista latina de comunicación social*, n. 66, 101-129, http://www.revistalatinacs.org/11/art/926_Vicalvaro/05_Nicolas.html [consulta: 18 de octubre de 2011].
- Masip, P. (2005). European Research in Communication during the years 1994-2004: a Bibliometric Approach. *First European Communication Conference*, Amsterdam, Holanda: European Communication Research and Education Association [CD-ROM].
- Masip, P. (2010). Mapping Communication Research in Europe (1994-2009). *Third European Communication Conference*, Hamburgo, Alemania: European Communication Research and Education Association.
- Masip, P. (2011a). Efecto *Aneca*: producción española en comunicación en el Social Sciences Citation Index. *Anuario ThinkEPI*, vol. 5, 206-210.
- Masip, P. (2011b). Los efectos del efecto *Aneca*: análisis de la producción Española en comunicación en el Social Sciences Citation Index (1999-2009). En: Piñuel Raigada, J.L.; Lozano Ascencio, C.; García Jiménez, A. (editores) *Investigar la comunicación en España*, Fuenlabrada, España: Asociación Española de Investigación de la Comunicación/Universidad Rey Juan Carlos [CD-ROM].
- Masip, P.; Fernández-Quijada, D. (2011). Mapping Communication Research in Catalonia: a comparative analysis of publication patterns in scholarly journals (2007-09). *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, vol. 3 (1), 95-108.
- Perceval, J. M.; Fornieles Alcaraz, J. (2008). Confucio contra Sócrates: la perversa relación entre la investigación y la acreditación. *Anàlisi*, n. 36, 213-224.
- Siguero Guerra, M. (2008). Hacer saber. Objetivo final del investigador en comunicación. *Área abierta*, n. 19, 1-8, <http://revistas.ucm.es/inf/15788393/articulos/ARAB0808110001D.PDF> [consulta: 18 de octubre de 2011].
- Soriano, J. (2008). El efecto ANECA. *Actas y memoria final. Congreso internacional fundacional AE-IC*, p. 1-18, Santiago de Compostela, España: Asociación Española de Investigación de la Comunicación [CD-ROM].
- Villagrà, A. (1992). Scientific production of Spanish Universities in the field of Social Sciences and Languages. *Scientometrics*, 21(1), 3-19.

ANEXOS

Anexo I: Códigos de revistas

AA = Área abierta

AF = Archivos de la Filmoteca

Ámbitos = Ámbitos. *Revista internacional de comunicación*

Anàlisi = *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*

CB = *Cyberpsychology & Behavior*

CIC = *Cuadernos de información y comunicación*

Comunicación = *Comunicación. Revista internacional de comunicación audiovisual, publicidad y estudios culturales*

Comunicar = *Comunicar. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*

CR = *Communication Research*

CyH = *Comunicación y hombre*

CyS = *Comunicación y sociedad*

D&S = *Discourse & Society*

Doxa = *Doxa comunicación*

DS = *Discourse Studies*

EJC = *European Journal of Communication*

EMP = *Estudios sobre el mensaje periodístico*

HCS = *Historia y comunicación social*

I/C = *I/C. Información y comunicación*

I14 = *Icono14*

IJA = *International Journal of Advertising*

IJCM = *International Journal of Conflict Management*

IJPOR = *International Journal of Public Opinion Research*

JA = *Journal of Advertising*

JAMS = *Journal of the Academy of Marketing Science*

JAR = *Journal of Advertising Research*

JASA = *Journal of the Acoustical Society of America*

JBEM = *Journal of Broadcasting & Electronic Media*

JBR = *Journal of Business Research*

JC = *Journal of Communication*

JCR = *Journal of Consumer Research*

JM = *Journal of Marketing*

JMCQ = *Journalism and Mass Communication Quarterly*

JMR = *Journal of Marketing Research*

JPSP = *Journal of Personality and Social Psychology*

JQ = *Journalism Quarterly*

JS = *Journalism Studies*

MCS = *Media, Culture & Society*

MS = *Management Science*

NMS = *New Media & Society*

PB = *Psychological Bulletin*

POQ = *Public Opinion Quarterly*

PRR = *Public Relations Review*

PUS = *Public Understanding of Science*

QCAC = *Quaderns del CAC*

QP = *Questiones publicitarias*

RE = *Revista de educación*

RLCS = *Revista latina de comunicación social*

RP = *Razón y palabra*

ScC = *Science Communication*

SpC = *Speech Communication*

SMJ = *Strategic Management Journal*

SR = *Sex Roles: a Journal of Research*

Telos = *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*

TP = *Telecommunications Policy*

Translator = *The Translator*

TT = *Text & Talk*

Vivat = *Vivat Academia*

Zer = *Zer. Revista de estudios de comunicación*

Anexo II: Códigos institucionales

DCU-IRL = Dublin City U. (Irlanda)

EHU = U. del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea

IE = IE University

ISCIII = Instituto de Salud Carlos III

LMU-RU = Leeds Metropolitan U. (Reino Unido)

UA = U. d'Alacant

UA-ARG = U. Austral (Argentina)

UA-HOL = U. Amsterdam (Holanda)

UAB = U. Autònoma de Barcelona

UAM = U. Autònoma de Madrid

UB = U. de Barcelona

UC3M = U. Carlos III de Madrid

UCAM = U. Católica de Murcia

UCJC = U. Camilo José Cela

UCM = U. Complutense de Madrid

UGR = U. de Granada

UHU = U. de Huelva

UJI = U. Jaume I

UM = U. de Murcia

UMA = U. de Málaga

UMH = U. Miguel Hernández

UNAV = U. de Navarra

UNED = U. Nacional de Educación a Distancia

UOC = U. Oberta de Catalunya

UP-ITA = U. Padua (Italia)

UP-USA = U. Pennsylvania (EE.UU.)

UPF = U. Pompeu Fabra

UPV = U. Politècnica de València

URJC = U. Rey Juan Carlos

URL = U. Ramon Llull

URV = U. Rovira i Virgili

US = U. de Sevilla

USAL = U. de Salamanca

USC = U. de Santiago de Compostela

USJ = U. San Jorge

USMP-PER = U. San Martín de Porres (Perú)

USPCEU = U. San Pablo-CEU

UV = U. de València

UVA = U. de Valladolid