

DE LOS INVESTIGADORES A LAS REDES: UNA APROXIMACIÓN TIPOLOGICA A LA AUTORÍA EN LAS REVISTAS ESPAÑOLAS DE COMUNICACIÓN

David Fernández-Quijada
Universitat Autònoma de Barcelona
david.fernandez@uab.es

Resumen

Este trabajo analiza las diferentes tipologías de autores en las 16 principales revistas españolas de comunicación durante un período de 3 años (2007-2009). Se cuantifica y clasifica la autoría individual y colectiva de los 1.182 artículos analizados en función del número de autores y su agregación por centros de adscripción, se determina la tipología de colaboración y se dibuja el perfil del ámbito. Los resultados ofrecen un campo en crecimiento, con la emergencia todavía limitada de autorías colectivas y redes de colaboración.

Palabras clave

producción científica, autoría, revistas científicas, estudios de comunicación, bibliometría.

FROM RESEARCHERS TO NETWORKS: A TYPOLOGICAL APPROACH TO AUTHORSHIP IN SPANISH COMMUNICATION JOURNALS

Abstract

This work analyzes the different kinds of authorship in the 16 core Spanish communication journals from 2007 to 2009. Individual and multiple authorship of the 1,182 articles published by these journals are quantified and classified according to the number of authors and its aggregation by institution; the typology of collaborations is established; and the profile of the field is drawn. The results reveal a growing field with increasing but still limited emergence of collective authorships and collaboration networks.

Keywords

scientific production, authorship, scientific journals, communication studies, bibliometrics.

1. INTRODUCCIÓN

El proceso de madurez y consolidación de las ciencias de la comunicación en España ha hecho emerger en los últimos años diferentes grupos y redes de investigación. Estos esfuerzos colectivos se han unido a la figura tradicional del investigador que trabajaba autónomamente y enmarcan al campo científico de la comunicación dentro de las tendencias internacionales al incremento de la colaboración que, además, parece relacionarse con un incremento paralelo del impacto (FRANCESCHET y CONSTANTINI, 2010; PERSSON, GLÄNZEL y DANELL, 2004; THE ROYAL SOCIETY, 2011). Dentro de las ciencias de la comunicación, este interés se ha reflejado en numerosas investigaciones recientes sobre la producción científica en España y sus

canales (CASTILLO y CARRETÓN, 2010; FERNÁNDEZ-QUIJADA, 2008, 2010, 2011a; GIMÉNEZ TOLEDO y ALCAIN PARTEARROYO, 2006; MARTÍNEZ NICOLÁS, 2006; MARTÍNEZ NICOLÁS y SAPERAS LAPIEDRA, 2011; PERCEVAL y FORNIELES ALCARAZ, 2008; SIGUERO GUERRA, 2008; SORIANO, 2008).

2. OBJETIVOS

El objetivo del presente trabajo es ofrecer una primera aproximación exploratoria de este cambio mediante un análisis profundo de una selección significativa de artículos científicos publicados entre 2007 y 2009. En este sentido, tres preguntas guiaron la investigación: (1) ¿cuál es el volumen de autores de las revistas españolas de comunicación?; (2) ¿de dónde proceden estos autores?; y (3) ¿qué dinámicas de colaboración se dan en este campo?

3. MÉTODO

Las técnicas bibliométricas de análisis de la producción científica guiaron el diseño y ejecución de este trabajo, de manera que la investigación que se presenta es de naturaleza cuantitativa. Trabajos previos (FERNÁNDEZ-QUIJADA, 2010, 2011a, 2011b; MASIP y FERNÁNDEZ-QUIJADA, 2011) avalan el uso del método aplicado en el presente estudio.

La selección de la muestra de análisis constituyó el primer paso del diseño metodológico. Con el objetivo de obtener una muestra representativa de las revistas españolas, se optó por una triangulación de bases de datos. Concretamente, se seleccionaron como fuente las dos bases de datos de revistas españolas que ANECA suele utilizar como referencia al evaluar el ámbito de la comunicación: DICE y Latindex. A éstas se añadió IN-RECS al ser la única que facilita datos sobre el impacto de las mismas mediante análisis de citas.

Se decidió triangular estas bases de datos para obtener un grupo de revistas nucleares de comunicación, aquellas que aparecían en estos 3 índices de referencia con fecha 31 de marzo de 2009. En una segunda ola se repitió esta triangulación con fecha 1 de julio de 2010. De DICE se vaciaron las áreas de conocimiento de Periodismo y de Comunicación Audiovisual y Publicidad. De la sección de Comunicación de IN-RECS se obtuvo la lista de publicaciones que formaban su población. Finalmente, del ámbito de Ciencias de la Comunicación del Catálogo Latindex se obtuvieron las revistas editadas en España. Además, se hizo una búsqueda de las revistas aparecidas en la lista de DICE o IN-RECS que faltaban en esta nueva lista. De esta manera emergieron revistas adicionales clasificadas en áreas como Sociología, Bellas Artes, Ciencias de la Información, Lingüística o Cine.

Así se elaboró una lista de 14 revistas en 2009 que se amplió hasta 16 un año más tarde. La muestra final se formó a partir de las siguientes cabeceras: *Ámbitos*, *Anàlisi*, *Àrea oberta*, *CIC*, *Comunicación y sociedad*, *Comunicar*, *Doxa comunicació*, *Estudios sobre el mensaje periodístico*, *Historia y comunicación social*, *I/C*, *Questiones publicitarias*, *Revista latina de comunicación social*, *Trípodos* y *Zer*, a las que se unieron *Icono 14* y *Telos* en 2010.

Se vaciaron los números de estas revistas correspondientes a los años 2007 a 2009 (sólo 2009 en el caso de *Icono 14* y *Telos*), de manera que se obtuvieron los 1.182

artículos que formaron la muestra. Siempre que estuvieran disponibles, se utilizaron las versiones electrónicas de los textos, dejando las versiones impresas sólo para los casos de embargo editorial o de problemas con los archivos digitales.

De cada texto se analizaron diferentes variables como el año de publicación, el volumen de la revista, los autores, el título, el idioma, institución de afiliación de los autores, país de procedencia de los autores o citas. Para el objetivo del presente trabajo, no obstante, el análisis se centra en los aspectos relacionados con la autoría.

A este respecto cabe realizar un apunte metodológico, ya que la colaboración científica en la autoría de los artículos pone de manifiesto la necesidad de establecer un método de fraccionamiento de la producción científica, es decir, la manera de repartir los resultados entre los coautores. Ante esta disyuntiva son posibles diferentes opciones, como la asignación exclusiva al primer autor, fracción igual para cada autor, más al primero que al resto, fracción decreciente por orden de firma, etc. (MALTRÁS BARBA, 2003). En esta investigación se ha empleado el criterio de la asignación completa, es decir, a cada coautor se le ha atribuido el resultado completo, lo que provoca una lógica redundancia estadística aunque evita el oscurecimiento de las colaboraciones científicas que provoca el resto de criterios posibles.

Adicionalmente, para complementar el análisis se aplicó una herramienta habitual en la investigación bibliométrica, el análisis de redes sociales (ARS). En este caso se empleó el programa Ucinet 6.301 (BORGATTI, EVERETT y FREEMAN, 2002) y NetDraw 2.098 (BORGATTI, 2002) para la representación gráfica de los sociogramas que muestran las relaciones.

4. RESULTADOS

4.1. Distribución y procedencia

El conjunto de los 1.182 artículos de la muestra se reparten de manera desigual en el tiempo y entre las revistas analizadas, con un crecimiento continuo en el número medio de textos publicados (Tabla 1).

Tabla 1. Número de artículos (2007-09)¹

Revista	2007	2008	2009	2007-09	%
Comunicar	47	120	43	210	17,8
RLCS	21	42	79	142	12,0
EsMP	30	35	29	94	8,0
Trípodos	37	29	27	93	7,9
Zer	32	31	29	92	7,8
Telos	-	-	73	73	6,2
Anàlisi	12	25	28	65	5,5
Ámbitos	26	22	15	63	5,3
I/C	15	13	25	53	4,5
Doxa	11	21	20	52	4,4
Icono 14	-	-	48	48	4,1
HyCS	12	12	22	46	3,9

¹ Códigos de revistas disponibles en anexo 1.

CyS	12	12	21	45	3,8
AA	15	15	12	42	3,6
CIC	12	13	17	42	3,6
QP	7	5	10	22	1,9
Media	20,6	28,2	31,1	-	-
Total	289	395	498	1.182	100

Estos 1.182 artículos estaban firmados por 1.635 autores, incluyendo nombres duplicados por los autores que firmaron más de un texto. Tampoco las autorías se reparten de forma homogénea en el tiempo ni entre las revistas (Tabla 2). Así, los 27,4 autores de media que se observan en la muestra de 2007 se elevan hasta 38,8 un año más tarde y siguen la escalada hasta los 44,2 autores por cabecera de 2009. Por revistas, los autores se concentran de manera destacada en *Comunicar* y *Revista latina de comunicación social*; juntas suman más del 30% de las autorías.

Tabla 2. Número de autores (2007-09)

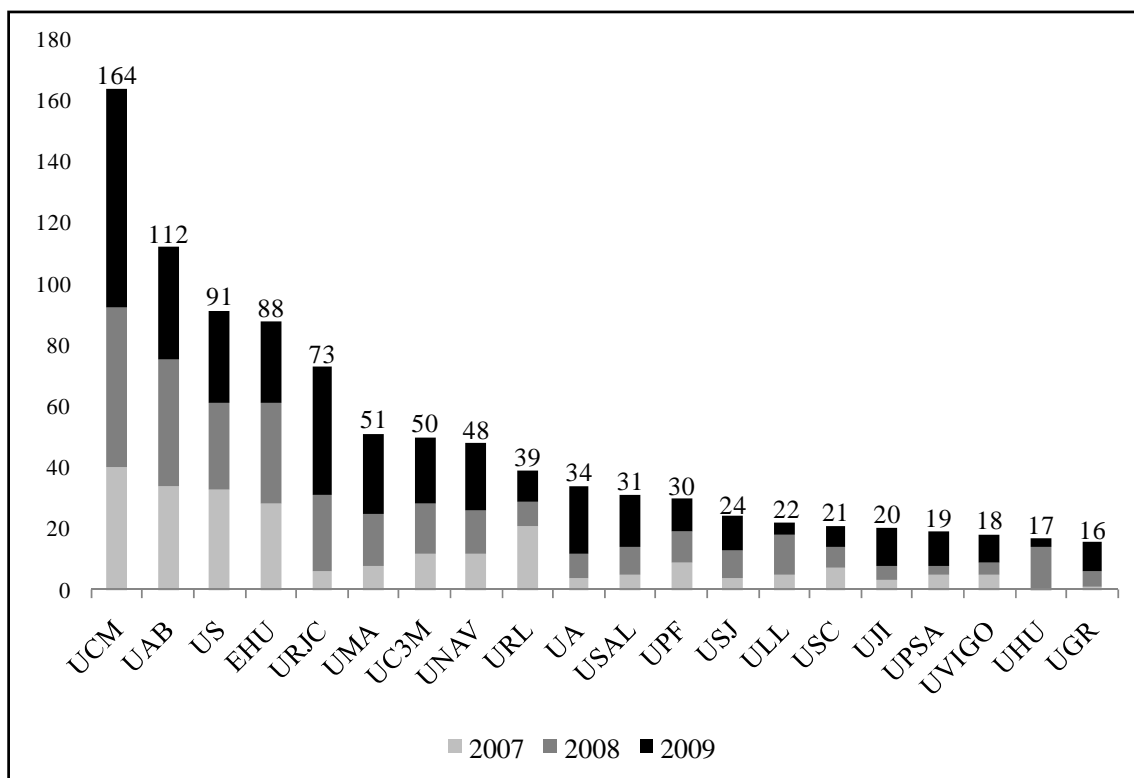
Revista	2007	2008	2009	2007-09	%
Comunicar	58	157	63	278	17,0
RLCS	30	59	124	213	13,0
Zer	53	50	49	152	9,3
EsMP	44	60	32	136	8,3
Trípodos	40	40	31	111	6,8
Ámbitos	40	29	21	90	5,5
Anàlisi	13	36	41	90	5,5
Icono 14	-	-	85	85	5,2
Telos	-	-	84	84	5,1
Doxa	20	25	34	79	4,8
CyS	14	19	33	66	4,0
I/C	18	18	29	65	4,0
CIC	12	14	25	51	3,1
HyCS	12	13	24	49	3,0
AA	16	16	13	45	2,8
QP	14	8	19	41	2,5
Media	27,4	38,8	44,2	-	-
Total	384	544	707	1.635	100

El análisis de la autoría permite conocer el nombre de los autores más productivos entre las revistas de la muestra y su distribución por centros de procedencia. Al agrupar a estos autores es posible detectar cuáles son las instituciones con mayor producción científica en las revistas nucleares españolas de comunicación. En la mayoría de casos se trata de universidades, aunque también se encuentran otros centros de investigación (p.e., Consejo Superior de Investigaciones Científicas o el Instituto de Estudios de la Democracia), centros de educación preuniversitaria –concentrados en *Comunicar*–, empresas del sector (p.e., Telefónica, Televisión Española, Solo Radio Marca, *El País* o *La Vanguardia*) u otras instituciones públicas (p.e., Consejo Audiovisual de Andalucía o Generalitat de Catalunya).

El recuento de la producción científica de estas instituciones sitúa en primer lugar a la Universidad Complutense de Madrid en todos los años de la muestra, con 164

autorías que representan un 10% del total (Figura 1). Para el conjunto del período, a continuación se sitúan la Universitat Autònoma de Barcelona (112 autorías), la Universidad de Sevilla (91), la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (88), y la Universidad Rey Juan Carlos (73), todas ellas públicas. La primera universidad privada que aparece es la Universidad de Navarra en octava posición con 48 autorías.

Figura 1. Autoría por instituciones (2007-09)²



Un dato a destacar es el grado de internacionalización de los autores de las diferentes revistas. La revista más internacionalizada en cuanto a autoría es *I/C*, en la que un 38,5% de los autores procede de instituciones de fuera del estado español. Le sigue muy de cerca *Comunicar* (36,7%), que junto a *CIC* (23,5%) y *Revista latina de comunicación social* (19,7%) son las únicas que se sitúan por encima de la media de 18,2% de todas las revistas (Figura 2). Por el contrario, la menos internacionalizada es *Questiones publicitarias*, en la que todos sus autores proceden de universidades españolas, a la que siguen *Icono 14* (5,9%), *Área abierta* (8,9%) y *Comunicación y sociedad* (9,1%), mientras que *Anàlisi* se sitúa justo en la barrera del 10%.

Estas autorías foráneas suponen un 18,2% del total, por un 77,8% de autores españoles y un 4,0% de datos no disponibles. Más del 60% de las 297 autorías extranjeras procede del ámbito latinoamericano, destacando México, Argentina y Chile (Tabla 3). La Unión Europea representa poco más de una quinta parte de todas las autorías foráneas, con el Reino Unido como el primer país continental con 12 autorías, apenas un 4% del total. Por otro lado, Estados Unidos se sitúa como el primer país de la

² Códigos de instituciones disponibles en anexo 2.

lista que no cuenta con el castellano como idioma oficial gracias a 23 autorías, seguido muy de cerca por Brasil con 21.

Figura 2. Grado de internacionalización de la autoría (2007-09)

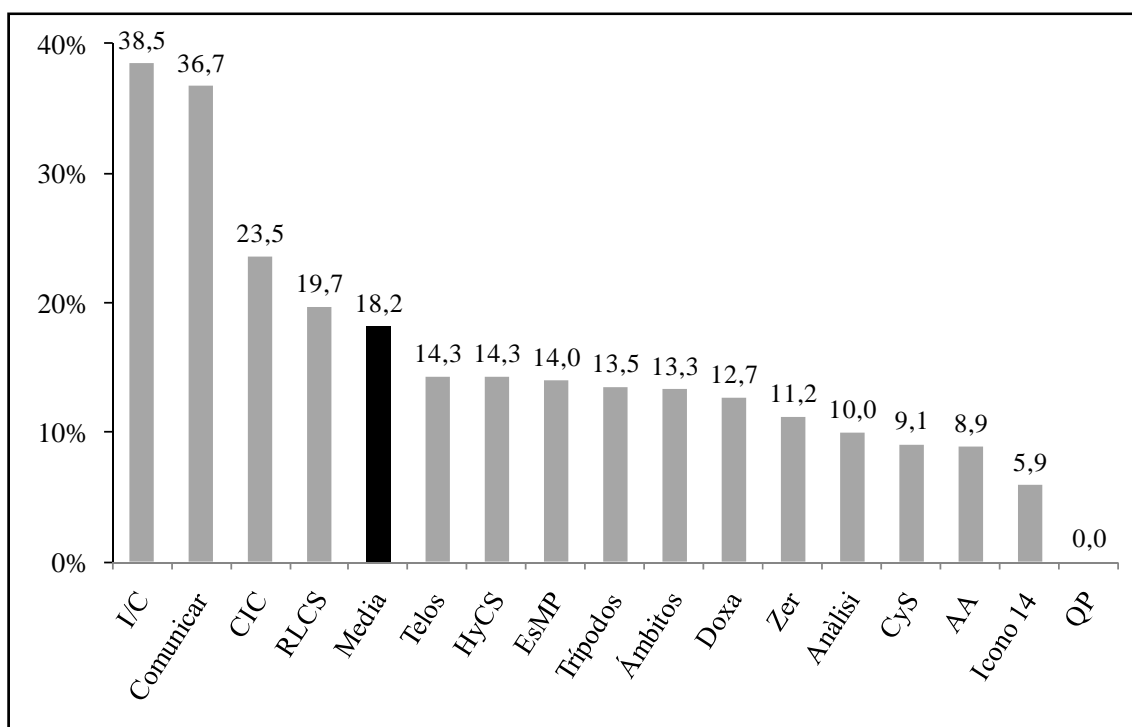


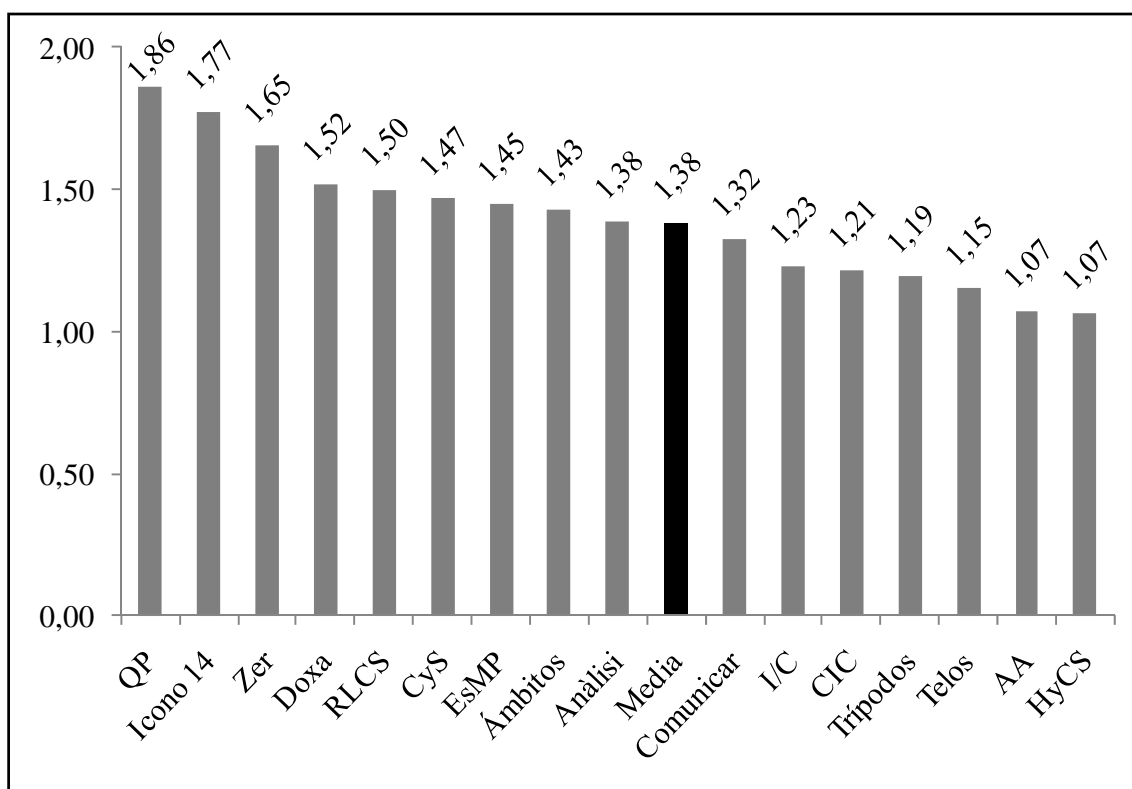
Tabla 3. Autoría foránea en las revistas españolas (2007-09)

	País	N	%
1	México	51	17,2
2	Argentina	33	11,1
3	Chile	28	9,4
4	EE.UU.	23	7,7
5	Brasil	21	7,1
6	Colombia	12	4,0
	Perú	12	4,0
	Reino Unido	12	4,0
9	Francia	10	3,4
	Italia	10	3,4
	Portugal	10	3,4
12	Cuba	9	3,0
13	Venezuela	8	2,7
14	Corea del Sur	6	2,0
	Canadá	5	1,7
	Otros	54	18,2
	sd	66	22,2
	América Latina	180	60,6
	EU sin España	68	22,9
	Total	297	100

4.2. Redes de colaboración

La explicación al diferente reparto del número de artículos y de autores radica en el índice de coautoría, que mide el número de autores por artículo (Figura 3). Este índice de coautoría varía entre el 1,86 de *Questiones publicitarias* en la franja superior y el 1,07 de *Área abierta* e *Historia y comunicación social* en la franja inferior. La cifra media se sitúa en 1,38 autores por texto, una cifra que se debe interpretar teniendo en cuenta la política de limitación del número de autores que aplican revistas como *Comunicar*. A lo largo del período, además, se observa una tendencia al aumento de la coautoría, ya que del dato para 2007 de 1,33 autores por texto se pasa a los 1,38 autores de 2008 y a los 1,42 de 2009.

Figura 3. Índice de coautoría (2007-09)

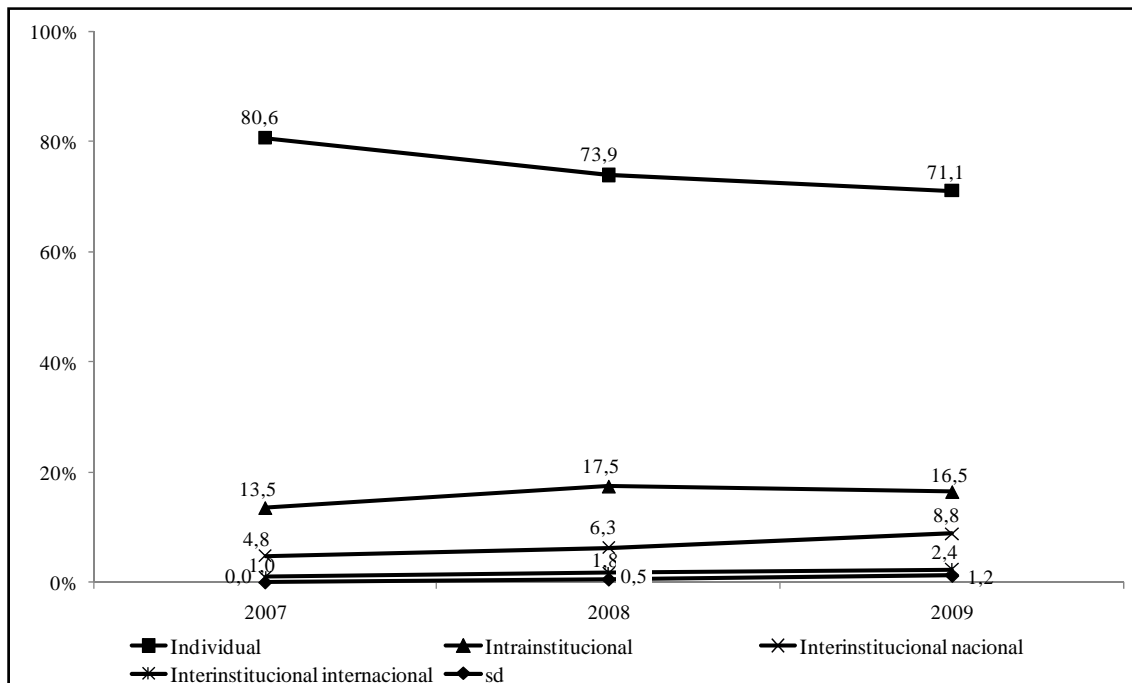


Como se puede observar, la cifra está muy próxima a 1, que de hecho es la manera en la que se firman 879 de los 1.182 artículos analizados, un 74,4% del total. Una colaboración entre dos autores se da en 209 textos, un 17,7% del total. Dentro de la muestra, el número máximo de autores que firma un mismo artículo es de 7, situación que se da una sola vez, en *Icono 14*. Una tendencia clara a lo largo del período es el progresivo aumento de las autorías múltiples, que ganan casi 10 puntos porcentuales en dos años, pasando de representar el 19,4% del total al 28,9%.

Si se entra al detalle dentro de las autorías múltiples, se puede observar que a lo largo del período analizado, los 9,5 puntos que pierde la autoría única se reparten entre

toda la tipología de autorías múltiples³: entre miembros de una misma institución (de 13,5 a 16,5%), entre diferentes instituciones nacionales (de 4,8 a 8,8%) o entre diferentes instituciones de dos países distintos (de 1,0 a 2,4%) (Figura 4).

Figura 4. Evolución de la tipología de autorías (2007-2009)



El análisis de los datos por revistas muestra grandes variaciones, con proporciones de autoría única que basculan desde el 93,5% de *Historia y comunicación social* hasta el 47,9% de *Icono 14*, la única revista en que la autoría múltiple es mayoritaria (Figura 5). *Questiones publicitarias*, por su parte, publica el mismo número de artículos de autoría única y múltiple. En el resto predomina la autoría individual, situándose la autoría múltiple por encima de la media en *Doxa comunicación*, *Zer*, *Revista latina de comunicación social*, *Comunicación y sociedad* y *Comunicar*.

La combinación de instituciones en los diferentes tipos de colaboraciones es muy elevada. En el caso de las colaboraciones intrainstitucionales, una lista de las principales instituciones españolas implicadas replica prácticamente la propia lista de autorías totales (Tabla 4). En las colaboraciones interinstitucionales nacionales y, especialmente, las internacionales, aparecen en las primeras posiciones algunas instituciones diferentes. Más allá de la Universidad Complutense de Madrid, en las colaboraciones interinstitucionales nacionales destacan la Universidad Rey Juan Carlos, Universidad San Jorge, la Universitat Pompeu Fabra y la Universidad de Sevilla. En las internacionales prima la Universidad de Navarra. Entre las instituciones internacionales con las que se colabora, destacan la peruana Universidad de Piura y el mexicano Instituto Tecnológico de Monterrey, ambas con tres colaboraciones.

³ Las categorías son excluyentes entre sí. Cuando coinciden dos categorías en un mismo texto (p.e., dos autores de una misma institución con otro externo) se ha priorizado la interinstitucional sobre la intrainstitucional y, dentro de las interinstitucionales, la internacional sobre la nacional.

Figura 5. Autoría única y múltiple (2007-09)

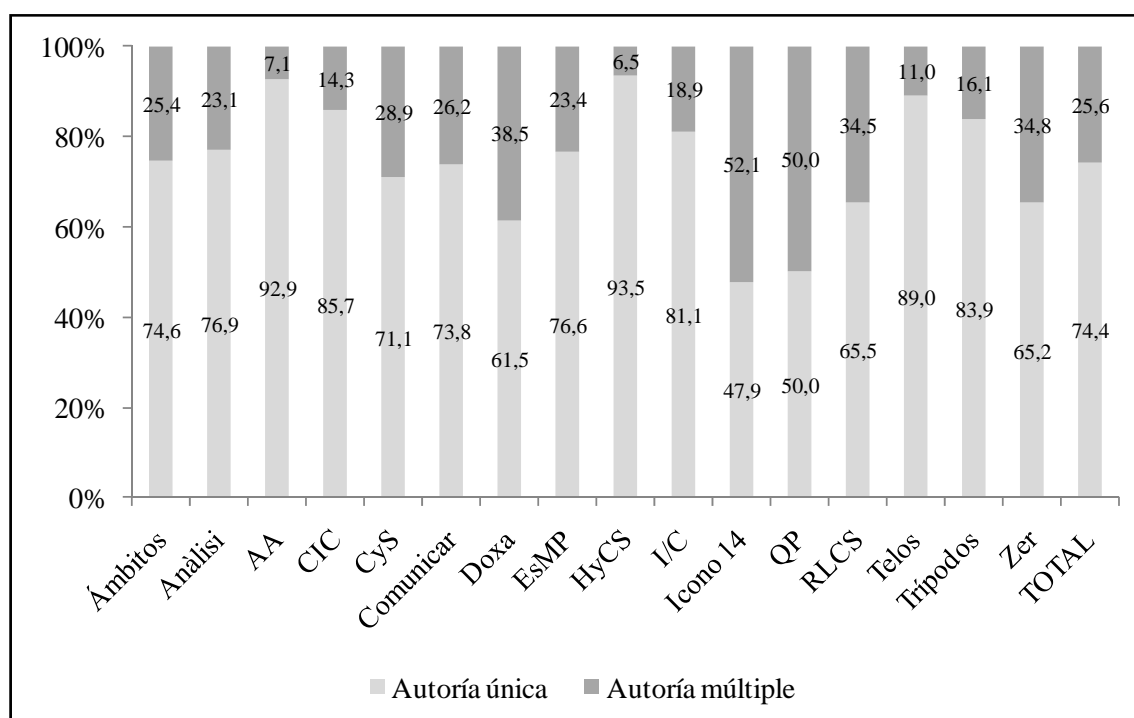
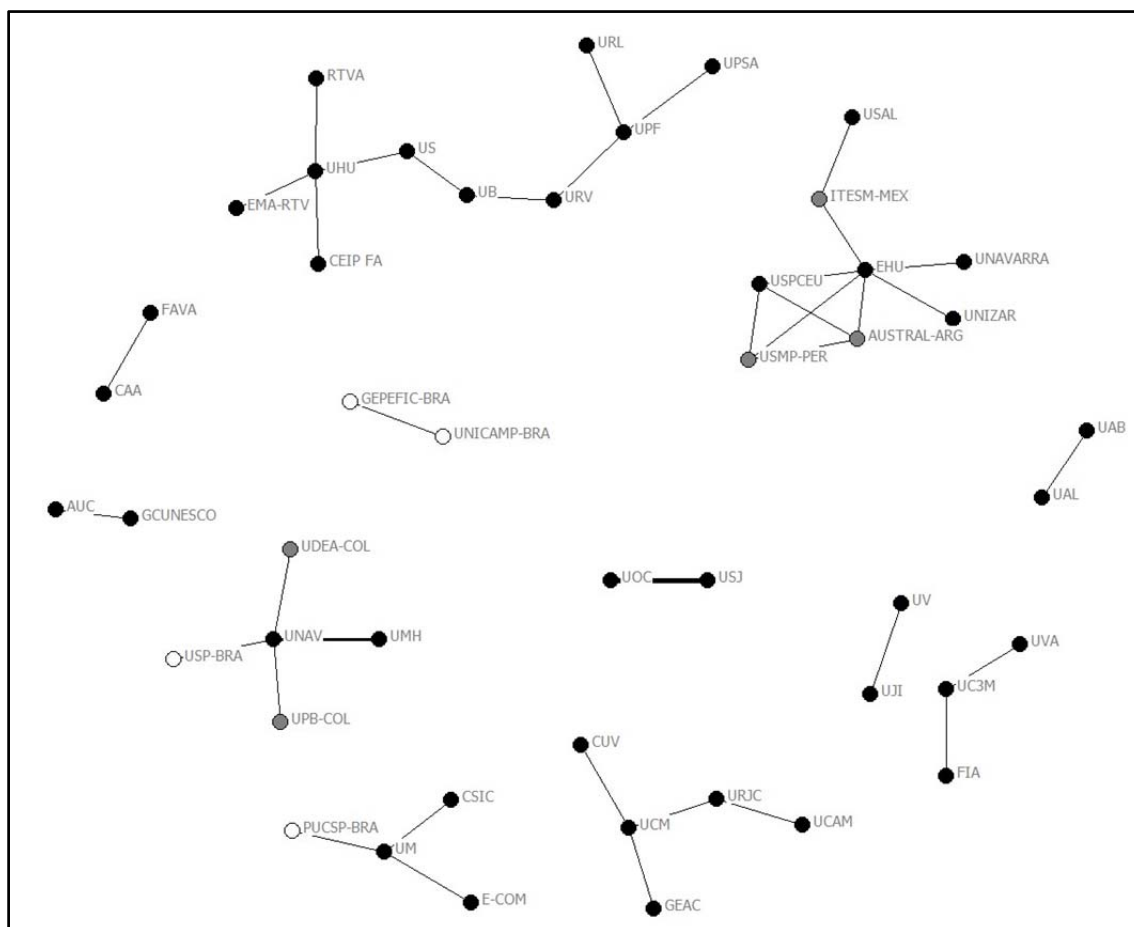


Tabla 4. Tipología de colaboración institucional de centros españoles

Intrainstitucional		Interinstitucional			
		Nacional		Internacional	
Centro	n	Centro	n	Centro	n
UCM	21	UCM	14	UNAV	5
UAB	20	URJC	12	UCM	3
EHU	19	USJ	9	EHU	2
US	16	UPF	7	UMH	2
URJC	12	US	7	IED	1
UA	8	UC3M	6	UAB	1
UMA	8	UNAV	6	UCJC	1
UNAV	7	UVA	5	UHU	1
USAL	7	EHU	4	UM	1
URL	6	UA	4	UNED	1
UC3M	5	UHU	4	URJC	1
UGR	4	UOC	4	US	1
UJI	4	USPCEU	4	USAL	1
UHU	3	CUV	3	USC	1
USJ	3	UAB	3	USPCEU	1
USPCEU	3	UCAM	3	UV	1
		UMA	3		
		URL	3		
		URV	3		
		USAL	3		

Para el período 2007-08, casi una cuarta parte de todos los artículos analizados está firmada por más de un autor. La mayoría de coautorías pertenece a la misma institución siendo la colaboración interinstitucional un fenómeno poco frecuente que alcanza la cota de prácticamente inexistente en colaboraciones entre más de dos instituciones. Al trazar los patrones de relaciones para el período 2007-08 a partir de esta colaboración institucional se observa una red muy dispersa y poco densa (Figura 6). Incluso es cuestionable la aplicación del concepto de red a una realidad colaborativa tan limitada y caracterizada por múltiples conexiones dispersas.

*Figura 6. Colaboración interinstitucional de los autores (2007-08)*⁴

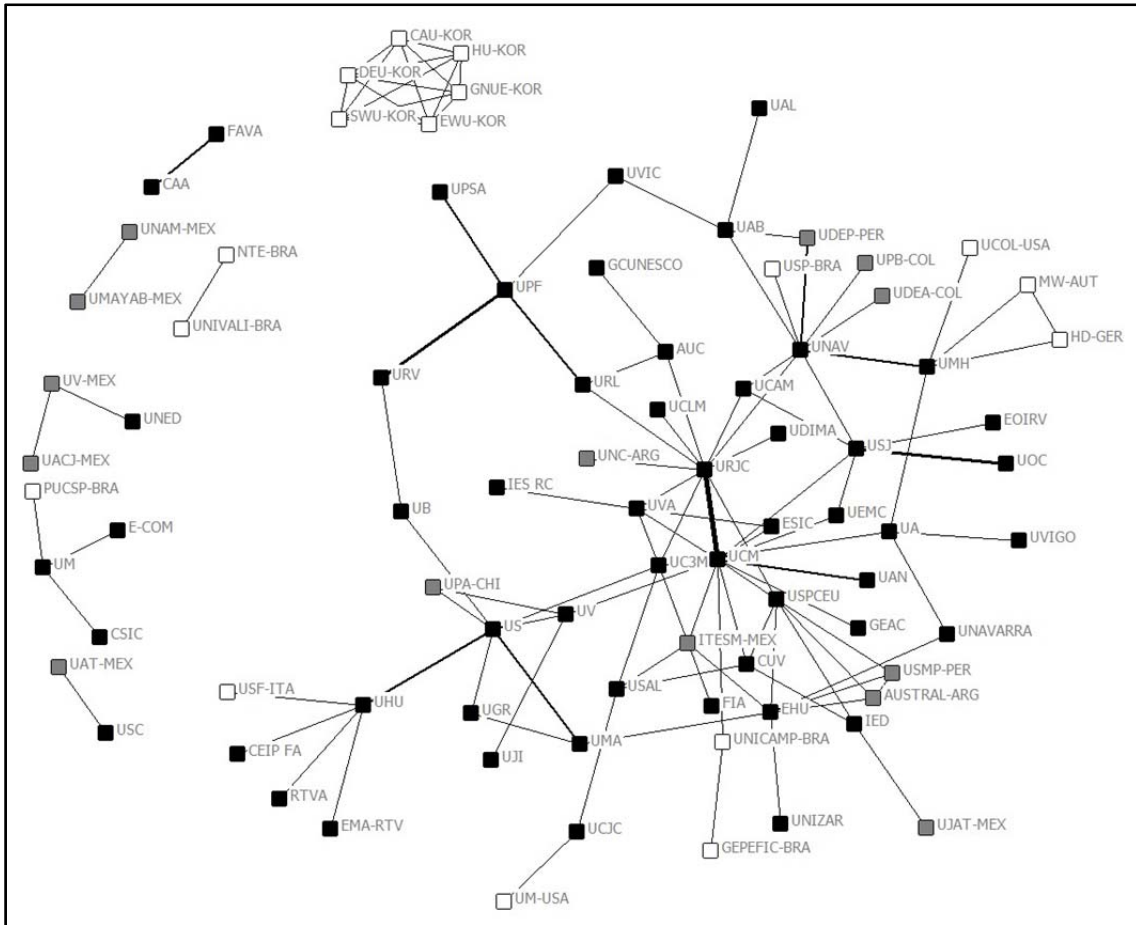


En 2009, no obstante, se produce un salto cuantitativo importante en el número y en la variedad de colaboraciones interinstitucionales. Al añadir los datos de ese año a la red de colaboraciones, la imagen de esa colaboración muestra una red mucho más densa y compacta, propia de entornos con mayores grados de colaboración (Figura 7). Aunque continúan apareciendo elementos aislados, éstos resultan la excepción y no la norma. Muchas universidades, además, desarrollan un número creciente de conexiones. Así es como emergen algunos nodos centrales en la red definidos por el número de conexiones con otros nodos, como la Universidad Complutense de Madrid (12), la Universidad Rey Juan Carlos (11) y la Universidad de Navarra (9) y otros nodos que aglutinan un número

⁴ Los círculos negros representan a instituciones españolas; los grises se refieren a países hispanoparlantes; el resto del mundo se representa en blanco.

también importante de conexiones, como la Universidad de Sevilla, la Universidad del País Vasco y la Universidad San Pablo CEU, todas con 7 enlaces.

Figura 7. Colaboración interinstitucional de los autores (2007-09)⁵



Esta coautoría incluye habitualmente a diversos autores de instituciones españolas, aunque se aprecia un número creciente de colaboraciones internacionales. El caso más habitual es el de un autor español junto a otro latinoamericano, tal como se refleja en la figura. Ésta también muestra la escasa relevancia de autores de otras procedencias, incluyendo el entorno europeo más cercano.

5. CONCLUSIONES

El período 2007-2009 viene marcado por un aumento de la producción científica en las revistas de la muestra. El número de autores también va en aumento a un ritmo superior, ayudando al alza en el índice de coautoría.

Las universidades de mayor tradición como la Universidad Complutense de Madrid, la Universitat Autònoma de Barcelona, la Universidad del País Vasco o la Universidad de Navarra mantienen un peso importante en términos cuantitativos aunque ello no impide el acceso a las principales publicaciones de autores de universidades de creación más reciente e incluso de autores procedentes de otras áreas de conocimiento.

⁵ Las figuras negras representan a instituciones españolas; las grises se refieren a países hispano-parlantes; el resto del mundo se representa en blanco.

No obstante, son estas universidades de mayor tradición las que también aparecen en las primeras posiciones de las autorías en colaboración dentro de una misma institución. La clasificación es prácticamente mimética de la clasificación total de autores, lo que podría llevar a hipotetizar que son estas universidades las que han conseguido formar los grupos de investigación propios más potentes. El dibujo y la hipótesis sufren algunas variaciones al constatar que nuevos nombres de menor tradición aparecen en las primeras posiciones de las colaboraciones interinstitucionales, lo que sin duda requiere un análisis más pormenorizado, incluso con elementos cualitativos, en próximos estudios.

Aunque pervive saludable el modelo de autoría individualizada, los trabajos realizados en colaboración crecen de manera notable durante el período analizado, como ejemplifican bien las figuras mostradas mediante ARS. Aunque las cifras totales siguen siendo modestas a nivel interinstitucional, la tendencia es creciente en todos los niveles: en el intrainstitucional parece apuntar hacia una consolidación de los grupos de investigación; en el interinstitucional, a un crecimiento de las redes de investigación. Esta tendencia de incremento de la coautoría parece ir en contra de algunas políticas editoriales de limitación del número de autores implantadas recientemente por revistas como *Comunicar* y, más recientemente, *Revista latina de comunicación social* y *Zer*.

Finalmente, por lo que respecta a la procedencia de los autores, se puede afirmar que las revistas españolas son básicamente nacionales, ya que menos de una quinta parte de los autores son foráneos. Más allá de los datos cuantitativos, el repaso de algunos de los títulos en los que aparecen los mayores niveles de internacionalidad muestra que se da en secciones invitadas de las revistas, con casos evidentes como *Telos* o *Comunicar*. Si a ello sumamos los autores procedentes de países hispano-parlantes, casi la mitad del total de autores foráneos, parece claro que el idioma constituye una barrera de entrada importante. De hecho, el alcance de las revistas españolas es la de la región lingüística del castellano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORGATTI, S.P. (2002): *NetDraw: Graph Visualization Software*. Harvard: Analytic Technologies.

BORGATTI, S.P., EVERETT, M.G. y FREEMAN, L.C. (2002): *Ucinet 6 for Windows: Software for Social Network Analysis*. Harvard: Analytic Technologies.

CASTILLO, A. y CARRETÓN, M.C. (2010): “Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España”, *Comunicación y sociedad*, vol. XXIII, nº 2, pp. 289-327.

FERNÁNDEZ QUIJADA, D. (2008) “Revistas científicas e índices de impacto. A propósito de ‘Hacer saber’”, *Área Abierta*, 20, julio. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, páginas 1 a 10, recuperado el 31 de marzo de 2011, de <http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/15788393/articulos/ARAB0808230001D.PDF>

FERNÁNDEZ-QUIJADA, D. (2010) “El perfil de las revistas españolas de comunicación (2007-2008)”, *Revista española de documentación científica*, vol. 33, nº 4, octubre, pp. 551-579.

FERNÁNDEZ-QUIJADA, D. (2011a) “Appraising internationality in Spanish communication journals”, *Journal of Scholarly Publishing*, vol. 43, nº 1, octubre, en prensa.

FERNÁNDEZ-QUIJADA, D. (2011b) “Aproximació bibliomètrica a la recerca catalana en comunicació (2007-2009)”, *Bid, textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, n° 26, junio, en prensa.

FRANCESCHET, M. y CONSTANTINI, A. (2010) “The effect of scholar collaboration on impact and quality of academic papers”, *Journal of Informetrics*, vol. 4, n° 4, octubre, pp. 540-553.

GIMÉNEZ TOLEDO, E., y ALCAIN PARTEARROYO, M.D. (2006) “Estudio de las revistas españolas de periodismo”, *Comunicación y sociedad*, vol. XIX, n° 2, pp. 107-131.

MALTRÁS BARBA, B. (2003): *Los indicadores bibliométricos. Fundamentos y aplicación al análisis de la ciencia*. Gijón: Trea.

MARTÍNEZ NICOLÁS, M. (2006) “Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento”, *Anàlisi*, n° 33, pp. 135-170.

MARTÍNEZ NICOLÁS, M. y SAPERAS LAPIEDRA, E. (2011): "La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 101 a 129, recuperado el 31 de marzo de 2011, de http://www.revistalatinacs.org/11/art/926_Vicalvaro/05_Nicolas.html

MASIP, P. y FERNÁNDEZ-QUIJADA, D. (2011) “Mapping Communication Research in Catalonia: A comparative analysis of publication patterns in scholarly journals (2007-09)”, *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, vol. 3, n° 1, mayo, en prensa.

PERCEVAL, J.M., y FORNIELES ALCARAZ, J. (2008) “Confucio contra Sócrates: la perversa relación entre la investigación y la acreditación”, *Anàlisi*, n° 36, pp. 213-224.

PERSSON, O., GLÄNZEL, W. y DANELL, R. (2004) “Inflationary bibliometric values: The role of scientific collaboration and the need for relative indicators in evaluative studies”, *Scientometrics*, vol. 60, n° 3, pp. 421-432.

SIGUERO GUERRA, M. (2008) “Hacer saber. Objetivo final del investigador en comunicación”, *Área abierta*, 19. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, páginas 1 a 8, recuperado el 31 de marzo de 2011, de <http://revistas.ucm.es/inf/15788393/articulos/ARAB0808110001D.PDF>

SORIANO, J. (2008): “El efecto ANECA”, En *Actas y memoria final. Congreso internacional fundacional AE-IC*, Santiago de Compostela, España: Asociación Española de Investigación de la Comunicación [CD-ROM].

THE ROYAL SOCIETY (2011): *Knowledge, networks and nations. Global scientific collaboration in the 21st century*. London: The Royal Society.

ANEXO 1: Códigos de revistas

AA = Área abierta

CIC = Cuadernos de información y comunicación

CyS = Comunicación y sociedad

EsMP = Estudios sobre el mensaje periodístico

HyCS = Historia y comunicación social

QP = Questiones publicitarias

RLCS = Revista latina de comunicación social

ANEXO 2: Códigos institucionales

AUC = Asociación de Usuarios de la Comunicación

AUSTRAL-ARG = U. Austral (Argentina)

CAA = Consejo Audiovisual de Andalucía

CAU-KOR = Chung-Ang University (Corea del Sur)
CEIP FA = Colegio de Educación Infantil y Primaria Francisco Alcalá
CSIC = Consejo Superior de Investigaciones Científicas
CUV = Centro Universitario Villanueva
DEU-KOR = Dong-Eui University (Corea del Sur)
EHU = Euskal Herriko Unibertsitatea/U. del País Vasco
EMA-RTV = Asociación de Emisoras Municipales de Andalucía de Radio y Televisión
EOIRV = Escuela Oficial de Idiomas Río Vero
ESIC = Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing
EWU-KOR = Ewha Womans University (Corea del Sur)
FAVA = Fundación Audiovisual de Andalucía
FIA = Fundación Infancia y Aprendizaje
GCUNESCO = Grupo de Comunicación de la UNESCO
GEAC = Gabinete de Estudios en Acciones Comunicativas
GEPEFIC-BRA = Grupo de Estudio e Pesquisa Educação Física e Cultura (Brasil)
GNUE-KOR = Gyeongin National University of Education (Corea del Sur)
HD-GER = Hochschule Darmstadt (Alemania)
HU-KOR = Honam University (Corea del Sur)
IED = Instituto de Estudios de la Democracia
IES RC = Instituto de Educación Secundaria Ribera de Castilla
ITESM-MEX = Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (México)
MW-AUT = Medienhaus Wien (Austria)
NTE-BRA = Núcleo de Tecnologia Educacional (Brasil)
PUCSP-BRA = Pontificia Universidade Católica de São Paulo (Brasil)
RTVA = Radio Televisión de Andalucía
SWU-KOR = Seoul Women's University (Corea del Sur)
UA = U. d'Alacant
UAB = U. Autònoma de Barcelona
UACJ-MEX = U. Autónoma de Ciudad Juárez (México)
UAL = U. de Almería
UAN = U. Antonio de Nebrija
UAT-MEX = U. Autónoma de Tamaulipas (México)
UB = U. de Barcelona
UC3M = U. Carlos III de Madrid
UCAM = U. Católica de Murcia
UCJC = U. Camilo José Cela
UCLM = U. de Castilla-La Mancha
UCM = U. Complutense de Madrid
UCOL-USA = U. of Colorado (Estados Unidos)
UDEA-COL = U. de Antioquia (Colombia)
UDEP-PER = U. de Piura (Perú)
UDIMA = U. a Distancia de Madrid
UEMC = U. Europea Miguel de Cervantes
UGR = U. de Granada
UHU = U. de Huelva
UJAT-MEX = U. Juárez Autónoma de Tabasco (México)
UJI = U. Jaime I
ULL = U. de La Laguna
UM = U. de Murcia
UM-USA = U. of Missouri (Estados Unidos)

UMA = U. de Málaga
UMAYAB-MEX = U. Anáhuac Mayab (México)
UMH = U. Miguel Hernández
UNAM-MEX = U. Nacional Autónoma de México (México)
UNAV = U. de Navarra
UNAVARRA = U. Pública de Navarra
UNC-ARG = U. Nacional de Córdoba (Argentina)
UNED = U. Nacional de Educación a Distancia
UNICAMP-BRA = U. Estadual de Campinas (Brasil)
UNIVALI-BRA = U. do Vale de Itajaí (Brasil)
UNIZAR = U. de Zaragoza
UOC = U. Oberta de Catalunya
UPA-CHI = U. de Playa Ancha (Chile)
UPB-COL = U. Pontificia Bolivariana (Colombia)
UPF = U. Pompeu Fabra
UPSA = U. Pontificia de Salamanca
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
USF-ITA = U. degli Studi di Ferrara (Italia)
USJ = U. San Jorge
USMP-PER = U. San Martín de Porres (Perú)
USP-BRA = U. de São Paulo (Brasil)
USPCEU = U. San Pablo-CEU
UV = U. de València
UV-MEX = U. Veracruzana (México)
UVA = U. de Valladolid
UVIC = U. de Vic
UVIGO = U. de Vigo