



Comunicación y Medios (1981-2021): análisis bibliométrico

Alejandro Morales-Vargas

Universidad de Chile, Santiago, Chile
amorales@uchile.cl
<https://orcid.org/0000-0002-5681-8683>

Danilo Reyes-Lillo

Infoxicados, Chile
dreyes@infoxicados.cl
<https://orcid.org/0000-0002-0141-8324>

Introducción

Las revistas académicas constituyen el principal canal para facilitar la comunicación científica, la cual durante los últimos años ha experimentado un cambio radical con la irrupción del acceso abierto, movimiento que propugna el acceso libre y gratuito a los contenidos científicos (Abadal, 2017). Esta tendencia, sumada a los adelantos tecnológicos y menores costos de producción, ha generado un aumento significativo en la cantidad de revistas disponibles. Por ejemplo, en 2003 el *Directory of Open Access Journals* contaba con 300 títulos. En la actualidad, esta base de datos contiene más de

16.500 revistas de acceso abierto revisadas por pares, que cubren todas las áreas del conocimiento: ciencia, tecnología, ciencias sociales, artes y humanidades (DOAJ, 2021).

La mayoría de estas publicaciones son editadas al alero de las universidades, como parte de su misión institucional tanto de investigación como de vinculación con el medio. En América Latina, donde el acceso abierto tiene una altísima penetración, el esfuerzo editorial es asumido fundamentalmente por estas instituciones de educación superior, con una participación del 61%, mientras que las asociaciones científicas o profesionales lo hacen en un 33% y las comerciales, en un 6% (Corera-Álvarez y Molina-Molina, 2016). En el contexto universitario, la producción científica es el elemento utilizado para caracterizar a la universidad, sus departamentos y sus profesores. De ahí la importancia que en todo este proceso tienen las revistas, exigiendo poner en valor los beneficios que las universidades obtienen de estas publicaciones (Repiso *et al.*, 2019).

La comunicación como campo de estudio no ha estado al margen de esta tendencia. Si bien tiene una trayectoria más corta si se compara con disciplinas como la medicina o la física, en las últimas décadas

hemos sido testigos de un importante crecimiento tanto de la investigación en comunicación como de la aparición de revistas especializadas en esta área (Vizoso *et al.*, 2019). La expansión de los estudios y facultades de comunicación en las universidades de todo el mundo ha sido crucial para este desarrollo.

Es así como a noviembre de 2021 se registran 308 títulos sobre comunicación indexados en la colección principal de Web of Science y 478 en Scopus. Las diez revistas más citadas con presencia en ambas bases de datos son: *Applied Linguistics*, *Journal of Communication*, *Communication Methods and Measures*, *New Media and Society*, *Digital Journalism*, *Political Communication*, *Journal of Advertising*, *International Journal of Press/Politics*, *Communication Monographs*, e *Information Communication and Society* (SJR, 2021).

Si nos centramos en Iberoamérica, González-Pardo *et al.* (2020) identifican 200 revistas científicas de comunicación editadas en la región, con presencia en trece países, consignando que éstas publican también sobre temas de otras áreas del conocimiento como educación, filosofía o sociología. A su vez, Guallar y Abadal (2016) cifran en 67 las revistas de comunicación publicadas en España, las que representan un 4% de la producción científica de ese país. Mangana *et al.* (2021), en tanto, reconocen 34 revistas en lengua portuguesa que publican artículos sobre ciencias de la comunicación. Arroyave-Cabrera y González-Pardo (2022), en tanto, analizan 116 revistas de Latinoamérica abocadas a este ámbito, presentes en ocho bases de datos —Latindex (68), Google Scholar (66), DOAJ (62), MIAR (37), Dialnet (28), ESCI (15), Redib (13) y Scopus (14)—, donde Brasil concentra un 54,31% de los títulos, seguido por Argentina (14,65%), Colombia (9,48%) y Chile (6%).

Los mismos autores indican que tan solo cuatro revistas coinciden en cinco de las ocho bases de datos analizadas: las colombianas *Palabra Clave* y *Signo y Pensamiento*, la argentina *Ética y Cine*, y la chilena *Comunicación y Medios* (Arroyave-Cabrera y González-Pardo, 2022). Esta última, la más antigua

de las siete revistas de comunicación identificadas en Chile, es publicada por el Instituto de la Comunicación e Imagen (ICEI) de la Universidad de Chile.

Comunicación y Medios fue creada en 1981 en el entonces llamado Departamento de Ciencias y Técnicas de la Comunicación, tan solo un año des-

pués que la Universitat Autònoma de Barcelona lanzara *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, la primera revista española del ámbito (Tur-Viñes *et al.*, 2014). En sus 40 años, esta revista chilena ha tenido como propósito contribuir a comprender y analizar críticamente los temas que definen el campo de las comunicaciones, la cultura, el mundo audiovisual y el periodismo. En ese período ha experimentado también numerosos cambios, como su primer proceso de digitalización en 2004 (Morales-Vargas, 2004); su publicación exclusivamente en formato digital, a partir de 2009¹; la

traducción de sus artículos al inglés desde 2016; y su indexación en la base de datos Emerging Source Citation Index (ESCI) de Web of Science en 2018.

El presente trabajo tiene como objetivo caracterizar la producción científica de esta revista, como un estudio de caso, examinando los artículos publicados en las últimas cuatro décadas. Para ello, se utilizó la metodología del análisis bibliométrico (Wallin, 2005), técnica orientada al estudio de las revistas científicas con el objetivo de analizar la conformación progresiva de una disciplina científica (Tur-Viñes *et al.*, 2014).

La bibliometría es un método útil para analizar el resultado de la investigación académica. Uno de sus principales aportes es el uso de criterios objetivos para evaluar la labor desarrollada por los investigadores, siendo cada vez más valorada como una herramienta para la medición de la calidad y la productividad académicas (Cascón-Katchadourian *et al.*, 2020).

López-Robles, Guallar, Otegi-Olaso *et al.* (2019) identifican tres tipos de estudios bibliométricos: los centrados en el rendimiento sobre autoría y producción, que analizan los perfiles de los auto-

Comunicación y Medios registra un aumento sostenido en los artículos publicados, con mayor número de afiliaciones distintas, procedencias geográficas más diversas y menos endogamia. Destaca un mayor grado de coautoría y equidad de género. Existe aún una oportunidad de mejora en cuanto a la citación y en la internacionalización.



res —en cuanto a su afiliación, país o género—, y la producción de artículos, examinando cuáles son los más citados o relevantes; los temáticos o destinados a determinar cuáles son los principales temas tratados, así como sus relaciones o evolución; y los estudios sobre metodologías de investigación, focalizados en los métodos y técnicas con los que se han desarrollado los trabajos publicados. Este estudio aborda elementos de los dos primeros.

En los últimos años se observa que la meta-investigación en comunicación se ha convertido en un objeto de estudio de interés creciente entre la comunidad científica. Delgado-López-Cózar y Repiso-Caballero (2013) se centran en el impacto y calculan el índice h de las 277 revistas indexadas de comunicación a partir de Google Scholar Metrics. Gaitán-Moya et al. (2021), en tanto, evalúan las revistas españolas mejor indexadas en comunicación de la década 2007-2017 como difusoras de la investigación de los proyectos I+D. Lo propio hacen en Chile Lazcano-Peña y Reyes-Lillo (2020) desde el análisis de las redes de colaboración académica, operacionalizado a través de la caracterización de las coautorías de 57 proyectos de investigación en comunicación financiados con fondos públicos, entre los años 2010 y 2016.

Compte-Pujol et al. (2016), por su parte, realizan un estudio bibliométrico de las revistas científicas españolas especializadas en comunicación indexadas en Latindex (1980-2016), detectando que la mayoría de los trabajos bibliométricos se centran en sub-temáticas concretas de la comunicación —como la publicidad, las relaciones públicas, la ética periodística, el cine, la televisión o la radio—, pero que pocos analizan las ciencias de la comunicación en su globalidad.

También se detectan trabajos específicos que examinan la evolución y productividad de un solo título, como es el caso de la revista *Profesional de la Información (EPI)*, que cuenta con un análisis bibliográfico y temático (López-Robles, Guallar, Otegi-Olaso, et al., 2019), así como con un mapa de su estructura intelectual (López-Robles, Guallar, Gamboa-Rosales, et al., 2019); o la *Revista Española de Documentación Científica*, con un estudio bibliométrico del impacto durante sus diez años de presencia en Web of Science (Cascón-Katchadourian et al., 2020). Con esos trabajos como referen-

tes, y complementando un informe interno previo (SISIB, 2019), a continuación presentamos un análisis de la productividad científica de la revista *Comunicación y Medios*.

1. Metodología

Este trabajo se basa en un análisis bibliométrico (Wallin, 2005) y presenta un estudio de caso longitudinal de los artículos publicados en la revista *Comunicación y Medios* entre los años 1981 y 2021. Los datos analizados corresponden a la totalidad de la información de la revista almacenada en la plataforma de gestión editorial Open Journal System (OJS) que sustenta el Portal de Revistas Académicas de la Universidad de Chile, cuya base de datos fue facilitada por la Dirección de Servicios de Información y Bibliotecas (SISIB) de dicha casa de estudios.

En el caso de aquellos registros que no tenían la afiliación y el género de los autores consignados en OJS, se completaron manualmente con información extraída desde el texto de los propios artículos. También se estandarizaron los nombres de los autores, países y afiliaciones. Además, se identificaron los tipos de documentos de la revista, excluyendo ítems no citables como editoriales y reseñas. El análisis de datos fue apoyado por el software Microsoft Excel y la visualización de información se generó a través de los programas Tableau y VOS Viewer.

Para reflejar el impacto y visibilidad web de los artículos (Codina et al., 2020; Codina & Morales-Vargas, 2021) se consultaron diversas fuentes, como el Journal Citation Indicator (JCI) de Clarivate; la citación recibida en Google Scholar a través del software Publish or Perish; el número de consultas en SciELO; la presencia en redes sociales mediante Altmetrics Explorer; y las estadísticas de visita del sitio web de la revista según Google Analytics.

$$C = \frac{N_m}{N_m + N_s}$$

Figura 1. Fórmula de cálculo de coautoría.

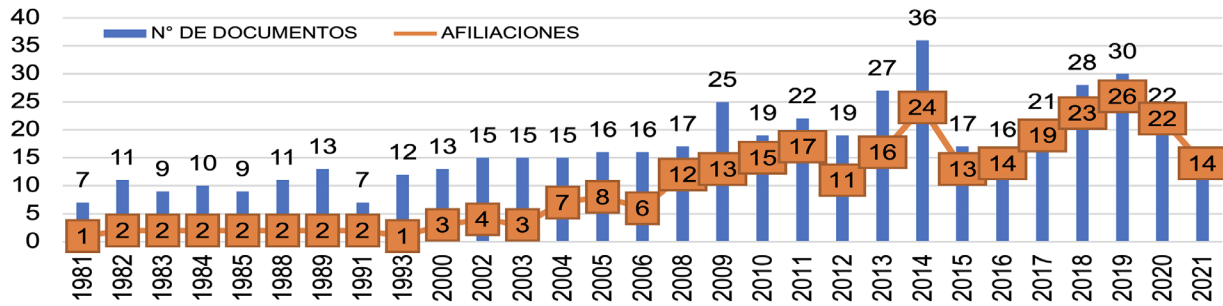


Figura 2. Productividad y afiliaciones por año.

Fuente: Elaboración propia.

Para calcular el grado de colaboración de la revista (Subramanyam, 1983) se aplicó la fórmula detallada en la **Figura 1**, donde C es el grado de colaboración, N_m es el número de trabajos de investigación publicados por dos o más autores y N_s es el número de trabajos publicados solo por un autor.

Finalmente, para establecer las relaciones entre las temáticas más recurrentes, se consideró un análisis de co-ocurrencia o apariciones conjuntas de palabras, que permite establecer las relaciones entre los términos. Además, sobre la base de medidas de similaridad, se aplicó un análisis de agrupamiento (*clustering*) para identificar clúster temáticos (Gálvez, 2018).

2. Resultados

2.1 Análisis de productividad

En el período examinado se verifica un aumento sostenido tanto en la productividad de documentos —principalmente artículos, sin contar editoriales ni reseñas— como en la diversidad de afiliaciones institucionales a las cuales pertenecen los autores que publican en la revista *Comunicación y Medios*. En la **Figura 2** se puede apreciar una tendencia de crecimiento que va de desde un promedio de 10 documentos y 2 afiliaciones en los años ochenta a 17 y 18, respectivamente, en lo que va de la década actual. Lo anterior no solo da cuenta de un aumento en la producción documental anual, a raíz del aumento de la periodicidad de la revista, sino también refleja una importante disminución de la endogamia de la revista, dada la diversidad institucional que ha publicado en los últimos años.

En cuanto a la productividad por autores, se registran 524 firmas diferentes en la revista. La **Tabla 1** muestra que Eduardo Santa Cruz Achurra ha sido el más prolífico, con 12 documentos publicados. Le siguen, con 9, Sergio Contardo Egaña y Raúl Muñoz Chaut, quienes fueron editores de la revista. Asimismo, Hans Stange Marcus y Rafael del Villar Muñoz se sitúan en el cuarto y quinto lugar, respectivamente, con 8 y 7 documentos publicados. Cabe señalar que todos son o han sido académicos del ICEL.

Autor/a	Documentos
Santa Cruz Achurra, Eduardo	12
Contardo Egaña, Sergio	9
Muñoz Chaut, Raúl	9
Stange Marcus, Hans	8
Del Villar Muñoz, Rafael	7
González Rodríguez, Gustavo	6
Latorre Gaete, Eduardo	6
Ossa Swears, Carlos	6
Valdés Loma, Alfredo	6
Castillo Sánchez, Guillermo	5
Salinas Muñoz, Claudio	5
Santibáñez Martínez, Abraham	5
Antezana Barrios, Lorena	4
Corrales Jorquera, Osvaldo	4
Lagos Lira, Claudia	4
Oyarzún de Errázuriz, María Eugenia	4
Sasso Olivares, Ilse	4
Wolf Cubillos, Willy	4

Tabla 1. Productividad por autores.



208 instituciones diferentes que han contribuido a la producción total de la revista. La **Tabla 2** muestra que la Universidad de Chile es la institución que registra mayor cantidad de documentos para la revista, con un total de 316, dado que en sus primeros años la mayoría de los artículos eran publicados por autores con esta afiliación. Le sigue la Universidad de Buenos Aires, con 25, y la Pontificia Universidad Católica de Chile con 14 documentos. También es significativo el número de documentos sin una afiliación declarada.

A pesar de lo anterior, al revisar los datos de los últimos años, podemos distinguir que la producción proporcional de autores pertenecientes a la Universidad de Chile ha tenido un importante descenso, considerando que el promedio de autorías con esa afiliación en su época inicial era del 87%. Los años 2018, 2019 y 2020 encontramos un porcentaje de 13,6%, 24,6% y 20% de autores locales, respectivamente, confirmando la disminución de la endogamia de la revista.

Institución	Documentos
Universidad de Chile	316
Universidad de Buenos Aires	25
Pontificia Universidad Católica de Chile	14
Universidad de La Frontera	12
Universidad Complutense de Madrid	11
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas	10
Universidad Diego Portales	10
Universidad Nacional de Córdoba	10
Universidad del País Vasco	9
Universidad de Playa Ancha	7
Universidad Nacional Autónoma de México	7
University of Illinois at Urbana-Champaign	7
Universidad Nacional de Quilmes	6
Universidad Rey Juan Carlos	6
Université Paris III Sorbonne Nouvelle	6
Otras	155
Sin afiliación declarada	95

Tabla 2. Productividad por afiliación.

En la misma línea, si analizamos la procedencia territorial de la afiliación institucional declarada por cada autor, 25 países han contribuido a la revista *Comunicación y Medios*. En la **Figura 3** podemos distinguir claramente que Chile concentra la mayor productividad, llegando a 298 documentos, un 55% del total. Por su parte, España y Argentina son los países extranjeros con más contribuciones para la revista, con un total de 63 y 60 documentos, respectivamente.

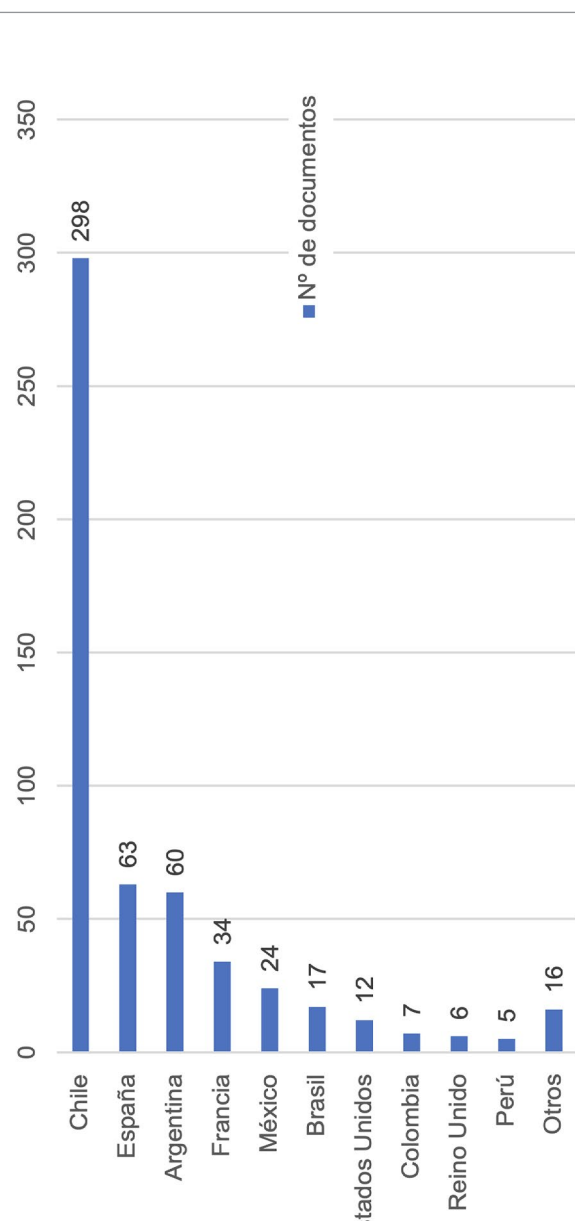


Figura 3. Productividad por países. Fuente: Elaboración propia.

El mapa de la **Figura 4** permite apreciar de mejor forma el origen de las afiliaciones de los autores que han publicado en *Comunicación y Medios*. Se distingue el alcance geográfico de la revista y su capacidad para captar el interés internacional y

convertirse en una opción de publicación más allá del medio local. Se verifica que ha atraído a investigadores de gran parte del continente americano, su principal zona de influencia, y de algunos países europeos, particularmente España.

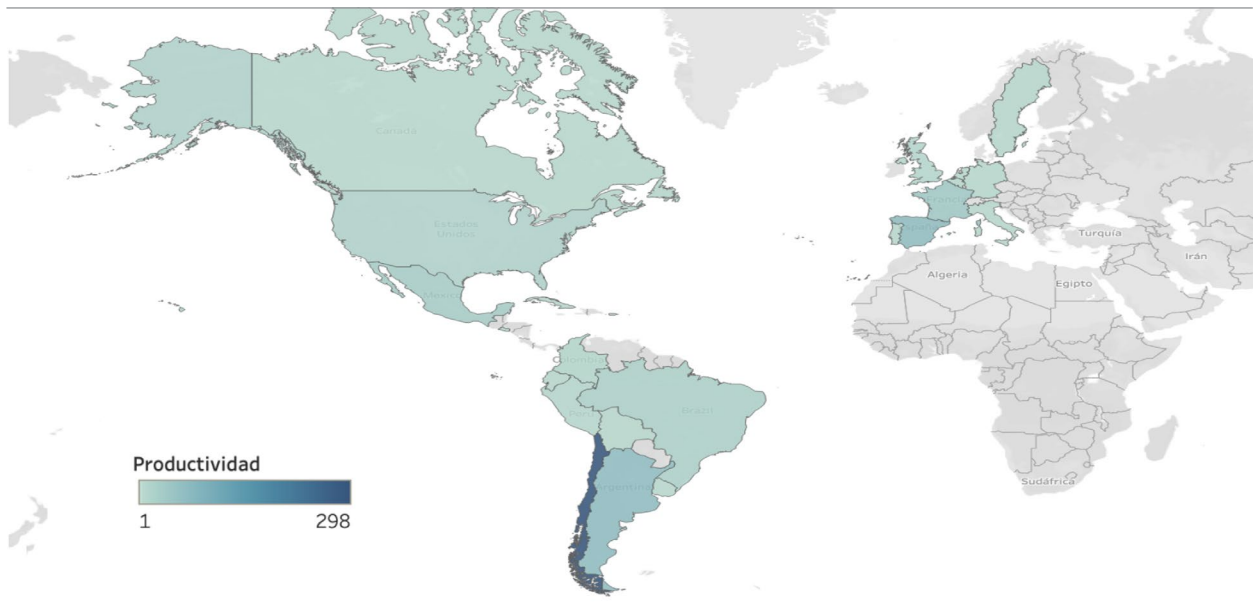


Figura 4. Mapa de productividad por países.

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la productividad por género, el gráfico de la **Figura 5** nos muestra que, en la primera década de existencia de la revista, sobre el 70% de los autores era de género masculino. Sin embargo, tal como ha ocurrido en otros ámbitos de la sociedad, la participación de mujeres en la producción científica de documentos en la revista ha ido creciendo

y logrando equiparar, e incluso superar en algunos años, las contribuciones realizadas por hombres. Por ejemplo, en el año 2016, la producción femenina alcanzó un 78,26% del total anual, mientras que en los años 2014 y 2019 alcanzó un 65,85% y 67,31% en relación al mismo ítem.

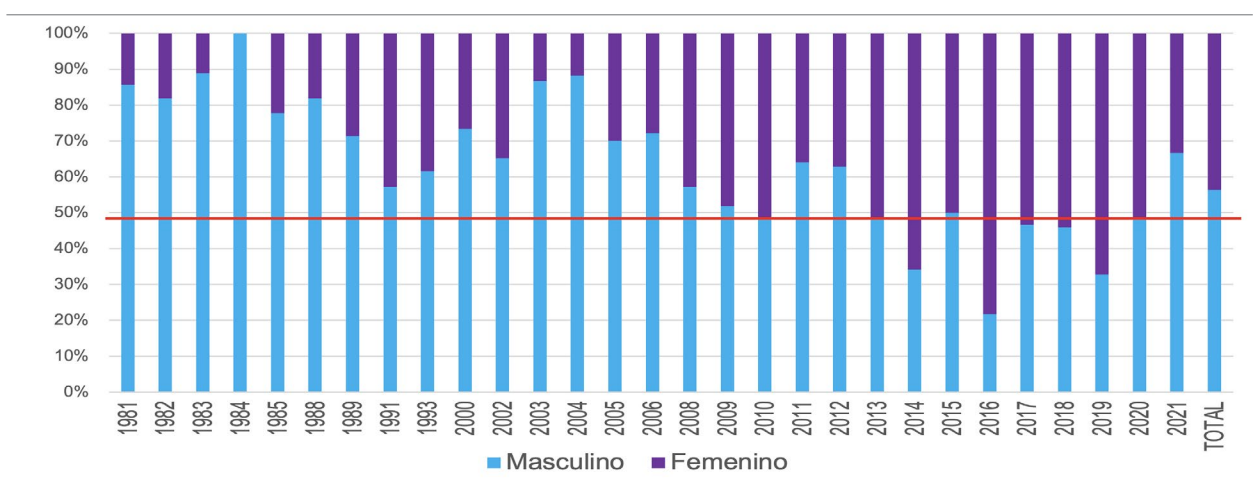


Figura 5. Productividad por género.

Fuente: Elaboración propia.



La producción según cada sección declarada por *Comunicación y Medios* (**Figura 6**) nos muestra que, en sus inicios, la revista se caracterizó por ser principalmente un espacio de publicación de monografías. Posteriormente, fue ampliando el tipo de publicaciones que concentran su proceso

editorial, en donde la producción sobre la base de artículos científicos fue cobrando una mayor relevancia, logrando en algunos años recientes que la producción en este formato alcance a representar entre el 70% y el 80% de todo lo publicado en aquellos años.

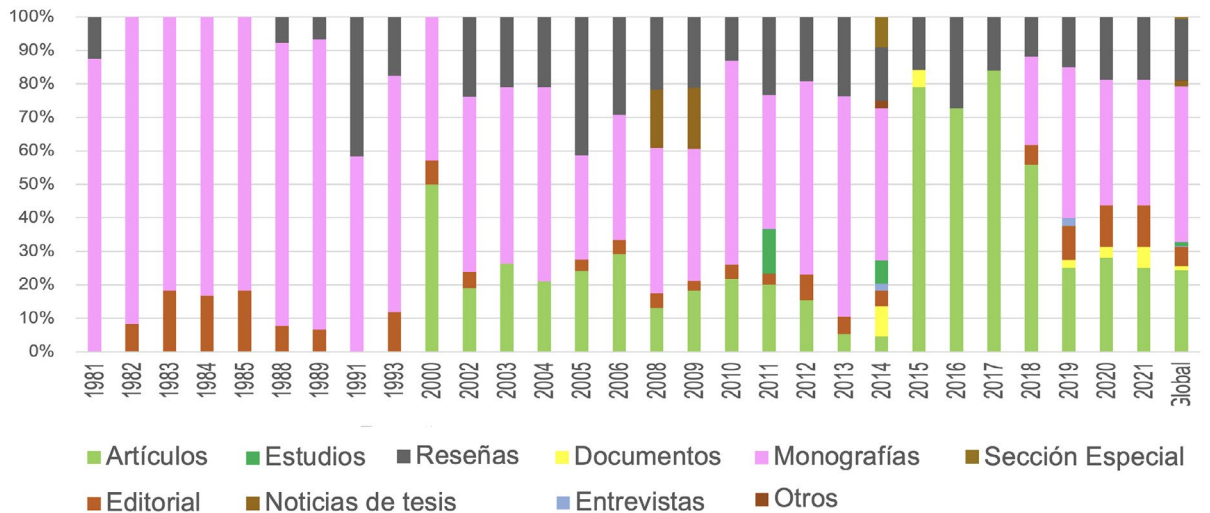


Figura 6. Productividad por secciones.

Fuente: Elaboración propia.

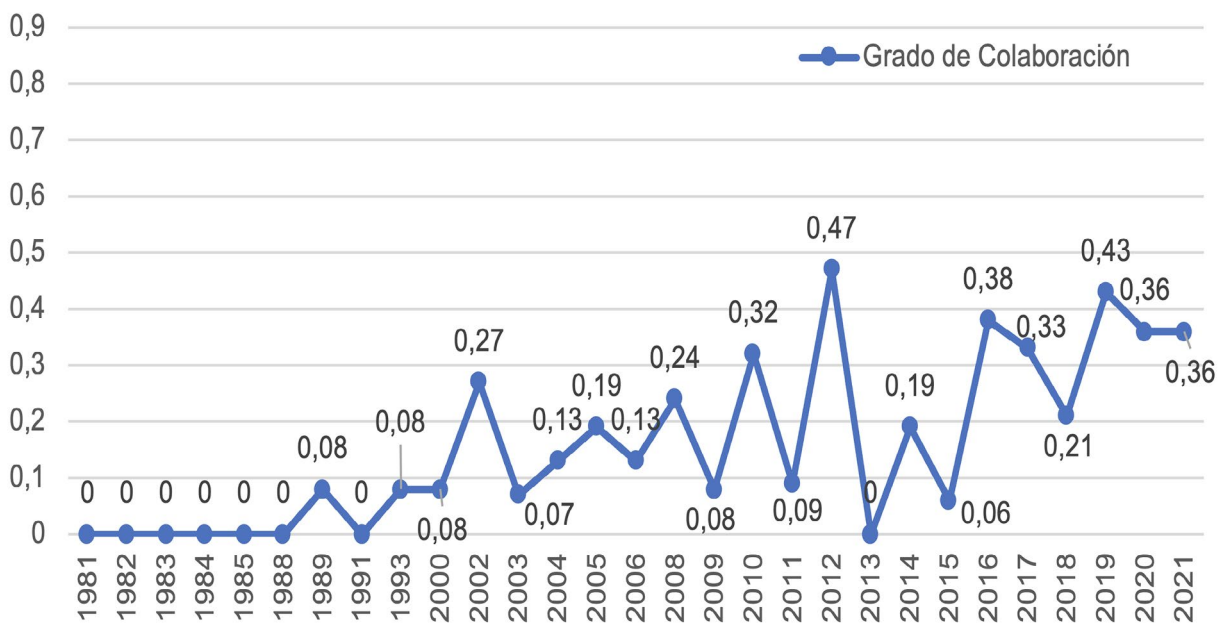


Figura 7. Nivel de coautoría.

Fuente: Elaboración propia.

2.2 Análisis de coautoría y colaboración

Otra forma de análisis bibliométrico se basa en identificar los patrones de coautoría y colaboración científica. Las ventajas del trabajo colaborativo han sido ampliamente documentadas pues éste aporta densidad teórica, interdisciplinariedad, optimiza recursos de los colaboradores y, en algunos casos, ofrece garantías de calidad (Gómez-Ferri y González-Alcaide, 2018). Sin embargo, en el ámbito de la comunicación a nivel nacional se distingue una red de colaboración más bien fragmentada y dispersa, pero con actores que señalan un amplio interés por consolidar una comunidad científica colaborativa (Lazcano-Peña y Reyes-Lillo, 2020).

En ese contexto, la **Figura 7** muestra el nivel de coautoría de la revista. Éste muestra una tendencia

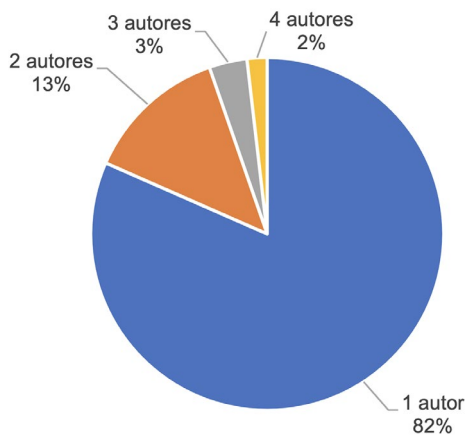


Figura 8. Autores por documento. Fuente: Elaboración propia.

de aumento en el grado de colaboración anual, en contraste con los primeros seis años de la publicación, período durante el cual la coautoría fue nula. *Comunicación y Medios* alcanza su mayor registro de trabajos colaborativos en el año 2012, con un grado de colaboración de 0,47. De esta forma, en los últimos diez años, entre 2012 y 2021, se logra un promedio del indicador de 0,279 y un promedio de 0,269 en el análisis total del período en cuanto al grado de colaboración, lo que da cuenta de un proceso de publicación en coautoría estable.

Por otra parte, la **Figura 8** exhibe los patrones de autoría de los trabajos publicados en la revista. Los artículos con un solo autor ocupan ampliamente el primer lugar con un 82%, mientras que las publicaciones con dos y tres autores alcanzan el 13% y 3%, respectivamente. Asimismo, se observan casos excepcionales donde hay publicaciones con cuatro autores, dado que en la normativa de publicación la revista declara aceptar artículos con un máximo de tres autores. Visto de otra manera, solo el 18% de los artículos publicados están escritos en coautoría.

La **Figura 9** representa una comparación entre los siete primeros años de existencia de la revista y los siete últimos. En esta se comprueba la tendencia de la revista a incrementar los trabajos colaborativos, lo cual se ve reflejado en que las investigaciones con dos o más autores superan, en la mayoría de los casos del último período, el 30% del total de los artículos publicados (Aguado-López *et al.*, 2018).

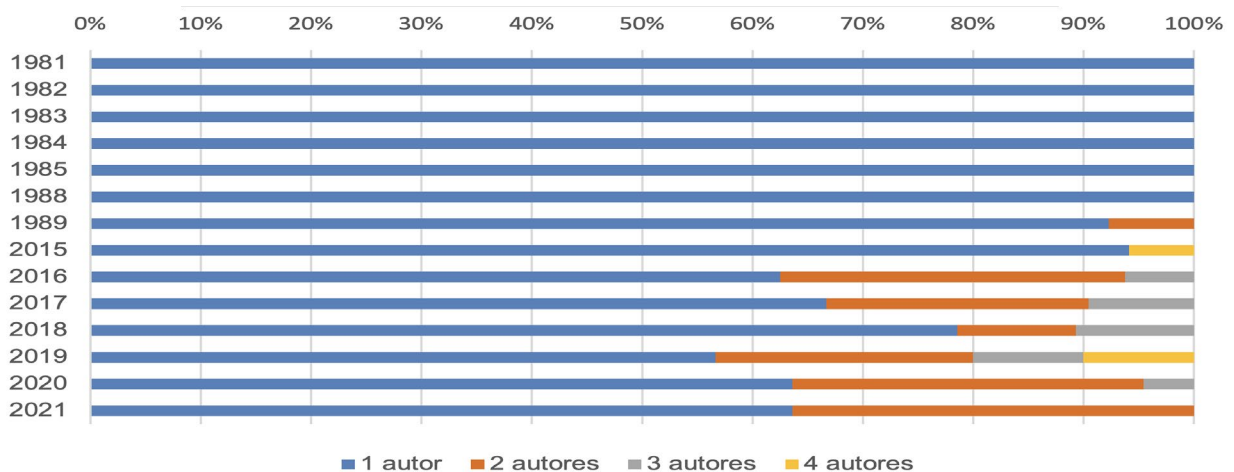


Figura 9. Distribución del número de autores en dos períodos (1981-1989 y 2015-2021).

Fuente: Elaboración propia.



2.3 Análisis temático de palabras clave

Para identificar las temáticas más recurrentes que han sido publicadas en la revista *Comunicación y Medios*, se han analizado las palabras clave asignadas por cada autor a su artículo, cuantificando su recurrencia y visualizando la nube de palabras con el software Tableau (**Figura 10**). De esta mane-

ra, las palabras clave que aparecen de forma más reiterada son: "Televisión" (27), "Periodismo" (21), "Chile" (17), "Libertad de Expresión" y "Ficción" (15), "Medios de Comunicación" (14), "Publicidad" (13), "Cine" (12), "Memoria" (11), "Semiología", "Historia del Periodismo", "Comunicación Política", "Discurso", "Comunicación" y "Género" (10).



Figura 10. Palabras claves con mayor presencia.

Fuente: Elaboración propia.

Presentamos, también, un análisis de co-ocurrencia o apariciones conjuntas de palabras, con el objetivo de revelar las relaciones entre los términos e identificar los clúster temáticos de *Comunicación y Medios*. Considerando 4 como la cifra de umbral mínimo de ocurrencia para realizar este análisis, con el software VOS Viewer se grafican en total 63 términos co-ocurrentes. La **Figura 11** refleja los distintos grupos temáticos que se desprenden de la recurrencia de su aparición conjunta como palabra clave asignada por cada autor.

El término "Televisión" es el más recurrente, con un total de 18 enlaces diferentes. A su vez, éste tiene la mayor fuerza total del enlace, porque la suma de sus enlaces con otros términos de la red es de 27. Por otra parte, el término "Ficción", si bien tiene una recurrencia menor, presenta un total de 15 enlaces diferentes y una fuerza total del enlace de 25. Cabe destacar que ambos términos,

en conjunto, presentan la mayor co-ocurrencia de la red, apareciendo juntos un total de ocho veces. Cabe señalar también que las palabras clave con más vínculos entre términos diferentes son "Medios de comunicación" y "Chile", con un total de 19 enlaces.

Finalmente, en términos de agrupamiento o *clustering*, se logran identificar ocho grupos, expuestos en colores diferentes. Al revisar el detalle, el clúster rojo presenta la mayor cantidad de términos, con un total de 12, siendo el concepto "Cine" aquel que presenta una mayor cantidad de enlaces con términos diferentes, con un total de 13 vínculos. Siguiendo la línea de la revisión de cantidad de términos, los clústeres verde, azul y amarillo presentan 10 términos cada uno, mientras que el clúster lila alcanza un total de 8 términos. El resto de los grupos está por debajo de los 5 términos en total.

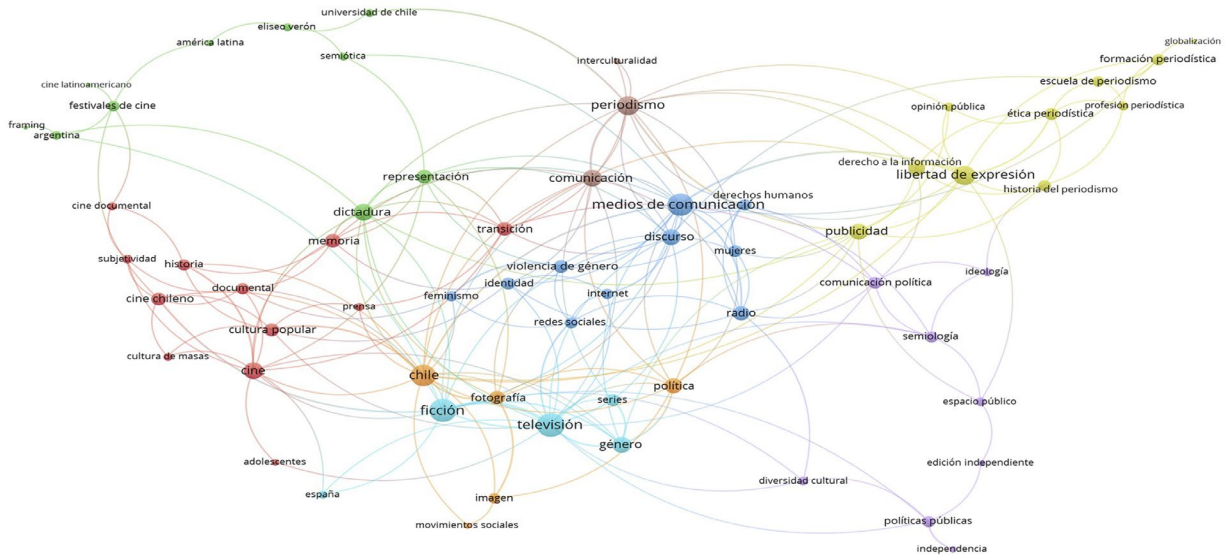


Figura 11. Análisis temático de co-ocurrencias.

Fuente: Elaboración propia.

2.4 Indicadores de impacto

A continuación, describimos y discutimos algunas métricas de rendimiento de *Comunicación y Medios*, revista indexada en la base de datos ESCI, que, pese a pertenecer a la colección principal de WoS, no cuenta con factor de impacto. Para subsanar esa situación, Clarivate presentó recientemente el Journal Citation Indicator (JCI), una nueva métrica normalizada que aparece en la edición 2021 del Journal Citation Report (JCR). Este indicador se caracteriza por establecer en 1 como la media normal de citas

para una categoría específica. Por lo tanto, un valor superior a 1 —por ejemplo, un JCI de 1,5— supone que los artículos obtienen un 50% adicional de citas en relación a las otras revistas en esa categoría. Si la revista tiene un indicador inferior a 1, implica que han obtenido un número de citas inferior a la normal en esa categoría.

A pesar de ser una métrica nueva, se ha calculado retrospectivamente. La **Figura 12** muestra la evolución del JCI que ha tenido la revista *Comunicación y Medios* en los años 2018, 2019 y 2020.

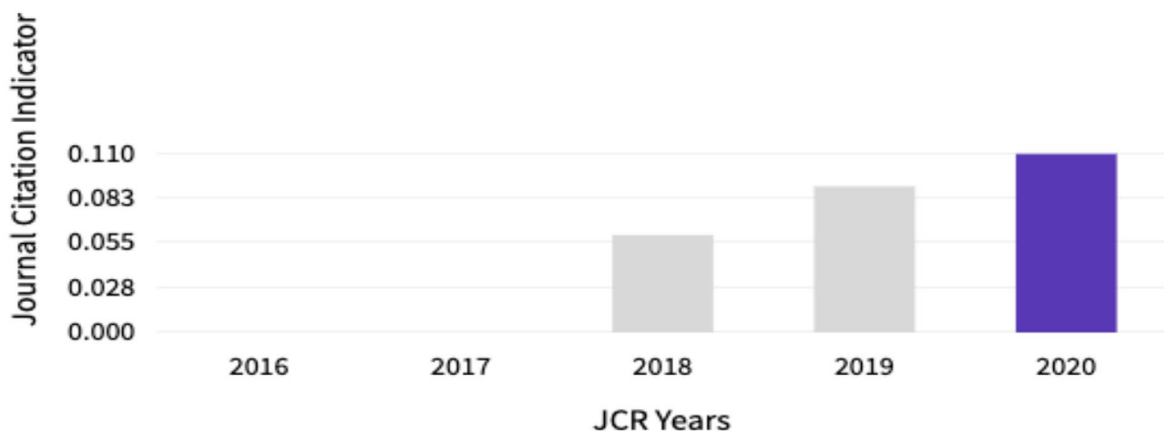


Figura 12. Journal Citation Indicator.

Fuente: Clarivate.



Lo anterior también se refleja en el crecimiento de la revista en la categoría *Communication*, pasando desde la posición 184/189 en 2017 hasta la posición

175/208 en 2020. Asimismo, la evolución del JCI en percentiles va desde 2,91 en 2017 hasta 16,11 en 2020 (**Figura 13**).

CATEGORY
COMMUNICATION
175/208

JCR YEAR	JCI RANK	JCI QUARTILE	JCI PERCENTILE	
2020	175/208	Q4	16.11	
2019	180/206	Q4	12.86	
2018	178/198	Q4	10.35	
2017	184/189	Q4	2.91	

Figura 13. Indicador JCI percentil.

Fuente: Clarivate.

Por su parte, la base de datos SciELO también recoge métricas de impacto de los diferentes números publicados en su plataforma. La **Figura 14** muestra la citación anual alcanzada por la revista, con el to-

tal de referencias y de otras revistas incorporadas en la red Scielo. Observamos que las publicaciones de la revista entre 2011 y 2018 concentran el grueso de la citación de publicaciones de la red SciELO.

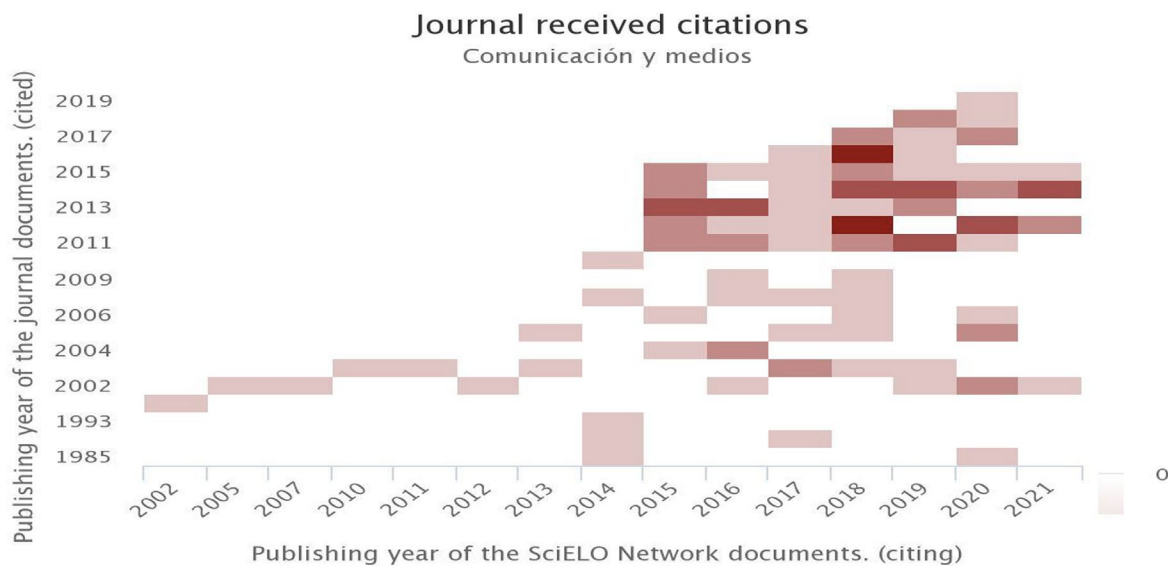


Figura 14. Citas recibidas en SciELO.

Fuente: SciELO.

Es posible, también, obtener métricas a nivel de artículo. Por ejemplo, la **Tabla 3** recoge los documentos con mayor cantidad de citaciones recibidas en Google Scholar a noviembre de 2021. De igual modo, otro indicador que se puede examinar es la

cantidad de consultas que reciben los artículos en la versión que publica la base de datos académica Scielo, la cual entrega los datos de visualizaciones del texto completo (html) y los PDF descargados, entre otros (**Tabla 4**).

Título	Año	Autor/es	Citas
Implicaciones del uso de las redes sociales en el aumento de la violencia de género en adolescentes	2014	Blanco Ruíz, María Ángeles	120
Estéticas enraizadas: aproximaciones al video indígena en América Latina	2011	Córdoba, Amalia	61
Libertad de los periodistas en los medios	2003	Otano Garde, Rafael; Sunkel, Guillermo	54
El tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación	2014	Vega Montiel, Aimée	37
Ecografías del "Yo": documental autobiográfico y estrategias de (auto) representación de la subjetividad	2011	Lagos Labbé, Paola	32
El mundo como feria. In (ter) dependencias editoriales en la Feria de Frankfurt	2013	Sorá, Gustavo	29
Primeros trazos infantiles: Una aproximación al inconsciente	2003	Antezana, Lorena	27
Estado de la cuestión de la formación docente en educación en medios	2015	Andrada Sola, Pablo	25
Claves de la implantación y la expansión del perfil social del periodista	2013	Palomo, Bella	24
La construcción de los perfiles adolescentes en las series de Netflix <i>Por trece razones</i> y <i>Atípico</i>	2018	Raya Bravo, Irene; Sánchez-Labela, Inmaculada; Durán, Valeriano	23

Tabla 3. Artículos con más citas en Google Scholar.

Fuente: Google Scholar.

Título	Año	Autor	html	pdf	Total
La construcción de los perfiles adolescentes en las series de Netflix <i>Por trece razones</i> y <i>Atípico</i>	2018	Raya Bravo, Irene; Sánchez-Labela, Inmaculada; Durán, Valeriano	5477	386	6074
Escraches en redes feministas universitarias: una estrategia contra la violencia de género hacia las mujeres	2019	González, Gema	4458	383	4955
Marginales, víctimas y putas feministas. Continuidades y rupturas en la mediatización del comercio sexual en Argentina	2019	Justo von Lurzer, Carolina	4023	153	4243
Mirada al pasado: Estereotipos y arquetipos de género en series históricas españolas (2011-2018)	2020	Lozano, Sandra	3650	87	3784
Construcción de la protesta feminista en hashtags: aproximaciones desde el análisis de redes sociales	2019	Esquivel Domínguez, Daniela	2619	388	3112
Prensa argentina y noticia policial (1976-1983). Los casos de Diario Popular y La Prensa	2018	Gago, María Paula	2992	51	3082
Suicidio consumado y representación de sus factores desencadenantes en la prensa generalista española en 2017	2019	Santos, Teresa; Camacho, Idoia	2448	141	2703
Uso de la imagen femenina en medios: análisis de contenido de las portadas de revistas con presencia en redes sociales	2019	Brito-Rhor, María Dolores	1754	197	2021
Análisis cuantitativo de las emisoras FM más escuchadas en Buenos Aires (2011-2017)	2018	Espada, Agustín; Yannicelli, Agustín	1790	34	1850
Evolución histórica de las telenovelas en Argentina	2018	Carboni, Ornella	1395	59	1508

Tabla 4. Artículos más consultados en SciELO.

Fuente: SciELO Analytics.



2.5 Altmetrics, redes sociales y visibilidad web

Las métricas alternativas provenientes de las redes sociales son un indicador bibliométrico cada vez más relevante. Según Altmetrics Explorer, a noviembre de 2021 la revista alcanza 417 menciones en las diferentes plataformas —principalmente en Twitter—, a 130 artículos diferentes, provenientes de 187 cuentas distintas, con una marcada presencia iberoamericana. Chile, Argentina, Ecuador, México y España son los países que concentran la mayor cantidad de tuits.

La cuenta que más referencias hace a artículos de *Comunicación y Medios* es @revistasuchile, del Portal de Revistas Académicas de la Universidad de Chile, con 100 menciones. El artículo con más presencia en redes es "Inmersión, redes sociales y narrativa transmedia: la modalidad de recepción inclusiva" (Gauthier, 2018), mencionado por la cuenta @cscolari del académico y miembro del comité editorial Carlos A. Scolari, quien tiene más de 30 mil seguidores en Twitter. Ese efecto multiplicador se aprecia claramente en la **Figura 15**, que grafica la evolución temporal de las menciones en redes sociales.

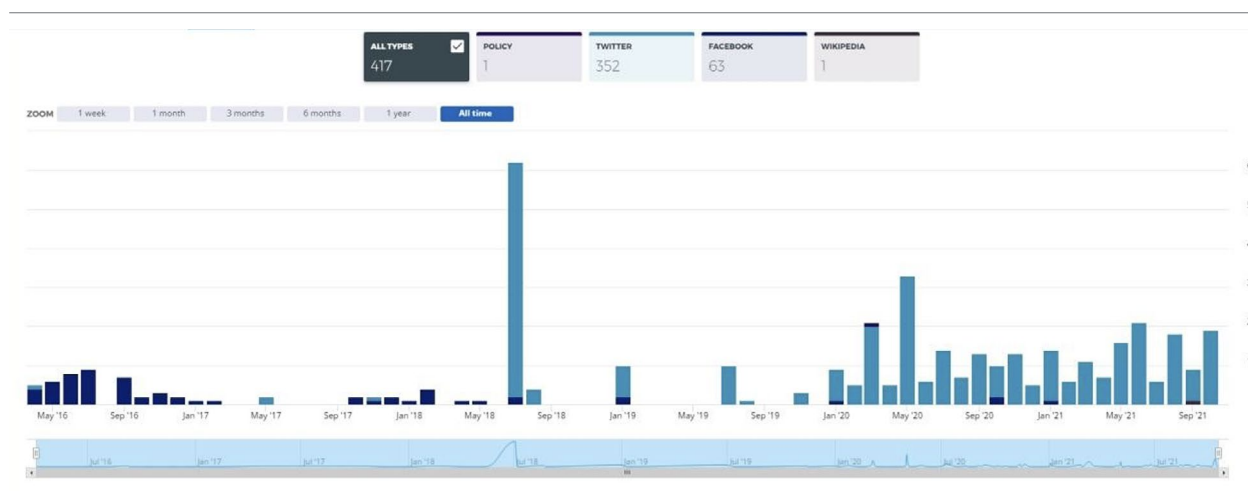


Figura 15. Línea de tiempo de las menciones en redes sociales.

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, en cuanto a la visibilidad en internet, entre 2011 y 2021 el sitio web de la revista *Comunicación y Medios* ha recibido 413.525 visitas (sesiones) de 331.932 usuarios, con un total de 858.249 páginas vistas. El 20,40% de los visitantes proviene de Chile, seguidos por México (15,19%), Colombia

(10,25%), Argentina (10,04%) y España (9%). La **Tabla 5** presenta los cinco artículos con mayor cantidad de visualizaciones en el sitio web de la revista [<https://comunicacionymedios.uchile.cl/>] en todo el período analizado.

Artículo	Año	Autor(a)	Visitas
Implicaciones del uso de las redes sociales en el aumento de la violencia de género en adolescentes	2015	Blanco Ruiz, María Ángeles	30133
Valores culturales y medios de comunicación	1989	Hevia, Renato	20103
Un ejemplo de interpretación de textos	1989	Sasso Olivares, Ilse	11135
Propaganda y publicidad política	1989	Castillo Sánchez, Guillermo	8159
El tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación	2014	Vega Montiel, Aimée	6880

Tabla 5. Artículos más visitados en el sitio web de la revista.

Fuente: Google Analytics.

3. Conclusiones

A la luz de los resultados, *Comunicación y Medios* no está ajena a las tendencias que están experimentando las revistas de comunicación de la región, con la consolidación disciplinar de su campo de estudio, la digitalización de los procesos de gestión editorial y mejores métricas de impacto que se van alcanzando progresivamente.

En el período analizado (1981-2021) esta revista de la Universidad de Chile muestra una evolución positiva en todos los indicadores examinados. En cuanto a la productividad, se observa un incremento sostenido tanto en el número de documentos publicados como en el número de afiliaciones diferentes por año. La endogamia de los autores disminuye considerablemente —desde un 87% a un 20% en los últimos años— y las instituciones que publican en la revista tienden a ser más diversas. Chile sigue siendo el país de procedencia de la mayor parte de los artículos, pero en la última década se observa un considerable aumento en el alcance geográfico de la revista y su capacidad para captar el interés de autores extranjeros, principalmente de Iberoamérica.

También constatamos mejoras notables en cuanto a equidad de género —alcanzando prácticamente una paridad en la mayoría de los números a partir de 2013—, así como en la publicación en colaboración o coautoría. Si en su primera época los artículos en su totalidad eran firmados por un solo autor, a partir de 2016 el porcentaje de autorías no baja del 30%.

En cuanto a los temas tratados, a través de un análisis de co-ocurrencias de palabras clave, es posible determinar la recurrencia de términos como “Televisión” y “Ficción”, formando un clúster junto a otros conceptos asociados. También destacan el estudio de los medios de comunicación, la libertad de expresión y el cine, entre otras materias.

Respecto del impacto y la visibilidad se aprecia una tendencia de crecimiento sostenido en la última década, coincidiendo con la incorporación a la plataforma OJS del Portal de Revistas de la Universidad de Chile y la indexación en las bases de datos Scielo y ESCI. Por ejemplo, los artículos más citados en Google Scholar corresponden a este período.

Existe, en tanto, una oportunidad de mejora en aumentar aún más la colaboración internacional, diversificar los países de procedencia, potenciar la publicación de artículos en inglés y potenciar la labor de difusión de cada nuevo número en circuitos temáticos especializados, grupos de discusión y redes sociales tanto generales como académicas.

Entre las limitaciones encontradas para realizar este estudio se encuentra la necesidad de depuración de los datos almacenados en OJS, debido a que en algunos casos se detectaron inconsistencias en los nombres de autores y afiliaciones entre los diferentes años de publicación, lo que obligó a hacer una estandarización manual. De igual modo, debido a que la indexación de la revista es reciente, existe poca información de impacto disponible en las bases de datos.

Una oportunidad de trabajo futuro es precisamente hacerle un seguimiento al factor de impacto de esta publicación con un conjunto amplio de indicadores bibliométricos de citación, como los que incorpora la nueva métrica Journal Citation Indicator.

En suma, *Comunicación y Medios* alcanza sus primeros 40 años con importante camino recorrido, una presencia destacada como referente académico en el ámbito local y en vías de una mayor proyección a nivel internacional, con buenas perspectivas y oportunidades de crecimientos. Aquello, en un contexto donde la comunicación se consolida como disciplina y demanda revistas científicas de calidad. ■

Notas

Los autores agradecen muy especialmente la colaboración de Rodrigo Donoso Vegas, director de la Dirección de Servicios de Información y Bibliotecas (SISIB) de la Universidad de Chile, por facilitar los datos de la revista en la plataforma OJS. Y a Elena Pastor, documentalista de la biblioteca virtual Bibliosalut.com, por el acceso a la plataforma Altmetrics Explorer.



Sobre los autores:

Alejandro Morales es candidato a Doctor en Comunicación en la Universidad Pompeu Fabra (UPF) y es Máster en Gestión de Contenidos Digitales (Universidad de Barcelona - UPF). En Chile es profesor asistente en el Instituto de la Comunicación e Imagen (ICEI).

Danilo Reyes es investigador de la Universidad Viña del Mar de Chile. Interesado en comunicación y gestión de información digital.

Referencias

- Abadal, E. (2017). *Revistas científicas. Situación actual y retos de futuro*. Barcelona: Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Aguado-López, E., Becerril-García, A. & Godínez-Larios, S. (2018). Asociarse o perecer: la colaboración funcional en las ciencias sociales latinoamericanas. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 161, 3-22.
- Arroyave-Cabrera, J., & Gonzalez-Pardo, R. (2022). Investigación bibliométrica de comunicación en revistas científicas en América Latina [2009-2018]. *Comunicar*, 30(70). <https://doi.org/10.3916/C70-2022-07>
- Cascón-Katchadourian, J., Moral-Munoz, J. A., Liao, H., & Cobo, M. J. (2020). Análisis bibliométrico de la Revista Española de Documentación Científica desde su inclusión en la Web of Science (2008-2018). *Revista Española de Documentación Científica*, 43(3), e267-e267. <https://doi.org/10.3989/REDC.2020.3.1690>
- Codina, L., & Morales-Vargas, A. (2021). Soluciones de arquitectura de la información en plataformas digitales editoriales: revisión comparativa de Taylor and Francis Online, SAGE Journals, PLOS One, MDPI y Open Research Europe. *Anuario ThinkEPI*, 15, e15e01. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2021.e15e01>
- Codina, L., Morales-Vargas, A., Rodríguez-Martínez, R., & Pérez-Montoro, M. (2020). Uso de Scopus y Web of Science para investigar y evaluar en comunicación social: análisis comparativo y caracterización. *index.comunicación*, 10(3), 235-261. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Usodes>
- Compte-Pujol, M., de Urquijo, B., & Matilla, K. (2016). La investigación en marcas de territorio y diplomacia pública en España. Un estudio bibliométrico de las revistas científicas españolas especializadas en Comunicación indexadas en Latindex (1980-2016). *Anales de Documentación*, 19(2). <https://doi.org/10.6018/ANALESDOC.19.2.255741>
- Corera-Álvarez, E., & Molina-Molina, S. (2016). La edición universitaria de revistas científicas. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 39(3), 277-288. <https://doi.org/10.17533/UDEA.RIB.V39N3A05>
- Delgado-López-Cózar, E., & Repiso-Caballero, R. (2013). The impact of scientific journals of communication: Comparing Google Scholar Metrics, Web of Science and Scopus. *Comunicar*, 27(41), 45-52. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-04>
- DOAJ. (2021). *About DOAJ*. Directory of Open Access Journals. <https://doaj.org/about/>

- Gaitán-Moya, J. A., Ortega-Mohedano, F., & Caffarel-Serra, C. (2021). Análisis de las revistas mejor indexadas en comunicación en España. Mapa de la difusión de los artículos vinculados a proyectos I+D+i en revistas españolas desde 2007 hasta 2018. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(3), 845-854. <https://doi.org/10.5209/ESMP.73262>
- Gálvez, C. (2018). Análisis de co-palabras aplicado a los artículos muy citados en Biblioteconomía y Ciencias de la Información (2007-2017). *Transinformação*, 30, 277-286. <https://doi.org/10.1590/2318-08892018000300001>
- Gauthier, P. (2018). Inmersión, redes sociales y narrativa transmedia: la modalidad de recepción inclusiva. *Comunicación y Medios*, (37), 11-23. doi:10.5354/0719-1529.2018.46952
- Gómez-Ferri, J., & González-Alcaide, G. (2018). Patrones y estrategias en la colaboración científica: La percepción de los investigadores. *Revista Española de Documentación Científica*, 41(1), e199-e199. <https://doi.org/10.3989/redc.2018.1.1458>
- González-Pardo, R., Repiso, R., & Arroyave-Cabrera, J. (2020). Revistas iberoamericanas de comunicación a través de las bases de datos Latindex, Dialnet, DOAJ, Scopus, AHCI, SSCI, REDIB, MIAR, ESCI y Google Scholar Metrics. *Revista Española de Documentación Científica*, 43(4), e276-e276. <https://doi.org/10.3989/REDC.2020.4.1732>
- Guallar, J., & Abadal, E. (2016, septiembre 22). Revistas científicas españolas de comunicación. Una panorámica. *Seminari Perspectives de la recerca en comunicació*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35432.70408>
- Lazcano-Peña, D., & Reyes-Lillo, D. (2020). Redes académicas en la investigación en Comunicación en Chile: análisis de co-autorías en el trabajo científico. *Revista Española de Documentación Científica*, 43(1), e259-e259. <https://doi.org/10.3989/REDC.2020.1.1626>
- López-Robles, J.-R., Guallar, J., Gamboa-Rosales, N.-K., Otegi-Olaso, J. R., & Cobo, M. J. (2019). Mapa de la estructura intelectual de El profesional de la información de 2014 a 2018. *Hipertext.net*, 19, 115-125. <https://doi.org/10.31009/HIPERTEXT.NET.2019.119.09>
- López-Robles, J.-R., Guallar, J., Otegi-Olaso, J.-R., & Gamboa-Rosales, N.-K. (2019). El profesional de la información (EPI): Análisis bibliométrico y temático (2006-2017). *Profesional de la Información*, 28(4). <https://doi.org/10.3145/EPI.2019.JUL.17>
- Mangana, R., Piñeiro-Naval, V., & Morais, R. (2021). Os estudos de framing no contexto da investigação em comunicação: uma análise a partir das principais revistas científicas de Brasil e Portugal. *Media & Jornalismo*, 21(38), 241-260. https://doi.org/10.14195/2183-5462_38_12
- Morales-Vargas, A. (2004). *Gestión y desarrollo del portal web del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile* [Universidad de Chile]. <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/110795>
- Repiso, R., Orduña-Malea, E., & Aguaded, I. (2019). Revistas científicas editadas por universidades en Web of Science: características y contribución a la marca universidad. *Profesional de la Información*, 28(4). <https://doi.org/10.3145/EPI.2019.JUL.05>
- SISIB. (2019). *Informe Revista Comunicación y Medios*.
- SJR. (2021, noviembre 1). SJR: *Scientific Journal Rankings*. Scimago Journal & Country Rank. <https://www.scimagojr.com/journalrank.php>
- Subramanyam, K. (1983). Bibliometric studies of research collaboration: A review. *Journal of Information Science*, 6(1), 33-38. <https://doi.org/10.1177/016555158300600105>
- Tur-Viñes, V., López-Sánchez, C., García del Castillo Rodríguez, J. A., López-Ornelas, M., Monserrat-Gauchí, J., & Quiles-Soler, M. C. (2014). Especialización y revistas académicas españolas de Comunicación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 12-40. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-999>
- Vizoso, Á., Pérez-Seijo, S., & López-García, X. (2019). Diez años de investigación en las principales revistas científicas de comunicación. Tendencias y temáticas en las publicaciones de mayor impacto en JCR y SJR. *adComunica*, 18, 245-270. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2019.18.12>
- Wallin, J. A. (2005). Bibliometric Methods: Pitfalls and Possibilities. *Basic & Clinical Pharmacology & Toxicology*, 97(5), 261-275. https://doi.org/10.1111/J.1742-7843.2005.PTO_139.X