

Un recorrido de 35 años: la transformación de la revista *Comunicación y Sociedad* y del campo de estudios de la comunicación a través de un análisis hemerográfico

A 35-year Journey: The Transformation of the Journal Comunicación y Sociedad and the Field of Communication Studies Through a Hemerographic Analysis

Uma jornada de 35 anos: a transformação da revista Comunicação y Sociedad e o campo dos estudos de comunicação por meio de uma análise hemerográfica

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8738>

GABRIELA GÓMEZ-RODRÍGUEZ¹

<http://orcid.org/0000-0002-2078-1671>

RODRIGO GONZÁLEZ-REYES²

<https://orcid.org/0000-0003-0142-9522>

CRISTINA GALLO-ESTRADA³

<https://orcid.org/0000-0003-1066-6239>

NORA LÓPEZ MASCORRO⁴

<https://orcid.org/0009-0008-8268-7366>

A 35 años de la edición del primer número de la revista *Comunicación y Sociedad* se llevó a cabo una sistematización documental, de base estadística y hemerométrica, sobre lo producido y publicado a lo largo de esas tres y media décadas con el objetivo de exponer una perspectiva revisionista de los cambios, retos y agendas a los que se ha enfrentado el campo académico de la comunicación en ese periodo. Como parte central de los resultados se reporta la mayor internacionalización de la revista, el protagonismo de España, en tanto bolsa de colaboradores e instituciones, que sigue manteniendo un lugar prominente en la producción científica, mientras que las colaboraciones procedentes de países latinoamericanos, así como entre autores, instituciones y tradiciones de investigación, aumentan y se renuevan en el nuevo periodo comparado, así como la cada vez mayor presencia de investigación sobre cultura digital.

PALABRAS CLAVE: *Comunicación y Sociedad*, revisión hemerográfica, campo de la comunicación, revistas científicas.

Thirty-five years after the first issue of the journal Comunicación y Sociedad was published, a statistical and hemerometric systematization of what has been produced and published during those three and a half decades was carried out with the aim of presenting a revisionist perspective of the changes, challenges and agendas faced by the academic field of communication during that period. As a central part of the results, we report the greater internationalization of CyS, the prominence of Spain, as a pool of collaborators and institutions, which continues to maintain a leading place in scientific production, while collaborations from Latin American countries, as well as between authors, institutions and research traditions, increase and are renewed in the new comparative period. Also as the increasing presence of research on digital culture.

KEYWORDS: *Comunicación y Sociedad*, *hemerographic review*, *communication field*, *scientific journals*.

Trinta e cinco anos após a publicação do primeiro número da revista Comunicação y Sociedad, foi realizada uma sistematização estatística e hemerométrica do que foi produzido e publicado nas últimas três décadas e meia, com o objetivo de apresentar uma perspectiva revisionista das mudanças, dos desafios e das agendas enfrentadas pelo campo acadêmico da comunicação durante esse período. Como parte central dos resultados, relatamos o aumento da internacionalização da revista, a proeminência da Espanha como fonte de colaboradores e instituições, que continua a manter um lugar de destaque na produção científica, enquanto as colaborações de países latino-americanos, bem como entre autores, instituições e tradições de pesquisa, aumentam e se renovam no novo período comparativo, assim como a presença crescente de pesquisas sobre cultura digital.

PALAVRAS-CHAVE: *Comunicación y Sociedad*, *revisão hemerográfica*, *campo da comunicação*, *jornais científicos*.

Cómo citar:

Gómez-Rodríguez, G., González-Reyes, R., Gallo-Estrada, C. & López Mascorro, N. (2023). Un recorrido de 35 años: la transformación de la revista *Comunicación y Sociedad* y del campo de estudios de la comunicación a través de un análisis hemerográfico. *Comunicación y Sociedad*, e8738. <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8738>

- 1 Universidad de Guadalajara, México. gabriela.grodriguez@academicos.udg.mx
- 2 Universidad de Guadalajara, México. rodrigo@suv.udg.mx
- 3 Universidad de Guadalajara, México. cristina.gallo@academicos.udg.mx
- 4 Universidad de Guadalajara, México. nora.lopez@academicos.udg.mx

Fecha de recepción: 06/07/2023. Aceptación: 30/10/2023. Publicación: 11/12/2023.

INTRODUCCIÓN

Los artículos y ensayos que se han publicado en la revista *Comunicación y Sociedad* (Universidad de Guadalajara, México) representan una muestra sobre cómo se ha desarrollado y transformado el campo de estudio de la comunicación en la región iberoamericana, sus objetos de análisis, los paradigmas teóricos más recurrentes, así como los más nuevos, las metodologías nuevas y las que han prevalecido, los temas constantes a lo largo de las décadas, los cambios y transformaciones en los usos y apropiaciones de las tecnologías, los retos en la comunicación humana, la evolución de teorías, etcétera.

Existe una gran cantidad de revistas de comunicación en bases de datos e índices internacionales. Tal es el caso de Latindex, en la que, desde su fundación y hasta 2021, según señalan Montero y Garrido (2021), se suman 320 revistas procedentes de América Latina, España y Portugal, pero son pocas las que, en el campo de la comunicación y en este territorio, cuentan con más de 35 años de existencia.

Para darle continuidad al análisis realizado en el año 2017 por Gómez-Rodríguez et al., a propósito del 30 aniversario (cuando se publicó el artículo “A 30 años de *Comunicación y Sociedad*. Cambios y permanencias en el campo académico de la comunicación”), se decidió analizar a partir de la misma metodología, aunque con algunas adaptaciones a los temas actuales, el desarrollo de los artículos publicados en esta revista desde septiembre de 2016 a diciembre de 2022 y, así, estudiar de manera más holística el corpus histórico considerando para ello, también, los trabajos realizados por Tovar (1997) y Rodríguez y García (2007).

CONTEXTO

En la última década el mundo de la hemerografía académica se ha transformado radicalmente. Los procesos editoriales se llevan a cabo, casi exclusivamente, mediante plataformas y herramientas electrónicas. El consumo de la ciencia también se ha visto modificado: académicos, evaluadores, editores y lectores nos hemos visto en la necesidad de aprender sobre nuevos modelos e instrumentos de gestión editorial y

cienciométricos, sobre nuevos lenguajes y, al mismo tiempo, el reto de alcanzar un mayor número de públicos y lectores.

En esta enorme transformación de los procesos de edición, además, la publicación sobre ciencia se ha mercantilizado más que nunca: existen editoriales muy poderosas que acaparan el mundo de las revistas, principalmente en lengua inglesa. Estas editoriales cobran al usuario distintos tipos de tarifas para poder acceder a los artículos y, a los autores, un equivalente para llevar a cabo el proceso de publicación (conocido técnicamente como *article processing charges* o APCs).

Tal como señalan Rogel-Salazar et al. (2017), de las revistas del campo de la comunicación indizadas en *Web of Science* (WoS), la mayoría se editan en Estados Unidos e Inglaterra, lo que representa en conjunto el 84.1% de ellas. Para 2015 existían tres editoriales comerciales que concentraban el 68.3% de estas revistas en JCR-WoS: Routledge Taylor & Francis (32.9%), Sage Publications (27.8%) y Wiley-Blackwell (7.6%) (p. 177). Una consecuencia de la concentración de editoriales comerciales en comunicación es que 73 revistas (92.4%) son de acceso pagado y solo 6 (7.6%) son de acceso abierto (Rogel-Salazar et al., 2017).

En respuesta a la mercantilización de la ciencia han aparecido, al menos desde el año 2002 (Xalabarder, 2006, p. 5), distintas apuestas que promueven el Acceso Abierto al Conocimiento (AAC), lo cual significa, para las instituciones y editoriales que se suman a ello, que los lectores accedan a los artículos de las revistas y libros de manera abierta sin que se requiera paga alguna para su consumo. El ideal de esta propuesta implica, desde su origen, que la divulgación y difusión de la actividad científica permeen y se transversalicen, a través de Internet y la digitalización, en países y segmentos demográficos periféricos y satelitales: algo imposible de imaginar apenas hace unas décadas.

Si bien el AAC no puede catalogarse como un movimiento o un programa político uniforme dada la amplia cantidad de propuestas, orientaciones prácticas y mecanismos legales de actuación de estas, se puede afirmar que todas las etiquetas asimiladas al concepto “acceso abierto al conocimiento” suscriben de manera homogénea un ideario político común que es el de proveer, en lo inmediato y de manera histórica, de mecanismos de acceso a la información académica, científica y técnica

de manera gratuita, expedita y de calidad a cualquier ciudadano en el mundo global.

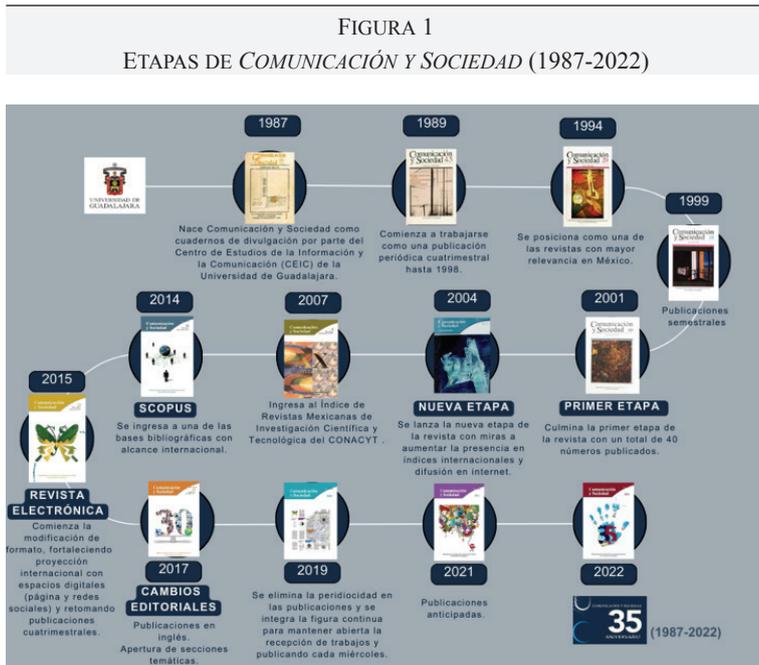
Dentro de las iniciativas actuales que se suman de manera vigorosa a este programa se encuentran los proyectos *Copyleft* y, principalmente en el rubro editorial y documental, *Creative Commons*, proyecto que provee de mecanismos legales a autores y usuarios para compartir de manera igual y horizontal productos creativos e intelectuales, salvaguardando los derechos morales y patrimoniales de los creadores en el tránsito entre generación y consumo.

Como parte de este compromiso histórico, *Comunicación y Sociedad* (CyS) se ha convertido en una publicación de Acceso Abierto a través de suscribir licencias Creative Commons y de ser signante del acuerdo internacional DORA (*Declaration on Research Assessment*). Esto ha implicado no solamente no seguir las prácticas de desplazamiento de costos a los usuarios o autores practicados por muchas editoriales comerciales, sino también buscar vías de difusión de la ciencia para que esta se “abra” y alcance no solo a académicos y estudiantes, sino también a un público más general. Antes de entrar en una exposición sobre cómo CyS ha incursionado en otros formatos electrónicos, presentaremos una breve descripción del camino recorrido por la revista a 35 años de su fundación.

CONTEXTO DEL DESARROLLO DE *COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD*

La revista *Comunicación y Sociedad* apareció por vez primera en 1987 y fue fundada en el entonces Centro de Estudios de la Información y la Comunicación (CEIC), hoy Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), de la Universidad de Guadalajara, México. A lo largo de su existencia, la publicación ha atravesado por diferentes etapas y tecnologías para su producción, periodicidades, editores, retos y crecimiento (Gómez-Rodríguez et al., 2017). El cambio más importante en los últimos años fue el dejar atrás la impresión en papel y pasar, en 2015, al formato electrónico. Además, desde 2017 se publican los textos también en inglés y se añade el Identificador Digital de Objetos (DOI, por sus siglas en inglés) a los artículos publicados, así como la apertura de secciones temáticas (ver Tabla 2). Tal como se presenta en

la Figura 1, la revista ha tenido distintas etapas, cada una de las cuales ha marcado retos para sus editores y el equipo, así como para la institución.



Fuente: Elaboración propia.

En el campo de la comunicación en México existen pocas revistas. Un estudio realizado por López-Ornelas et al. (2017) menciona la vigencia de solamente 12 revistas, tanto académicas como de divulgación. Entre las que más destacan se encuentran *Culturas Contemporáneas*, *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, *Revista Mexicana de Comunicación*, *Revista de Ciencias Sociales*, *Zócalo*,⁵ *Razón y Palabra*, y *Comunicación y Sociedad*. Algunas no están concentradas al cien por ciento en

⁵ Revista de divulgación y noticias.

el área de la comunicación, sino que se vinculan con temáticas más amplias, tal como se puede observar en los títulos.

Es importante mencionar que han existido otras publicaciones, pero también que algunas de estas han desaparecido. Actualmente están vigentes *Global Media Journal México*, editada por la Universidad Autónoma de Nuevo León⁶ y la Texas A&M International University (con sede en Laredo, Texas); *Virtualis*, publicada por el Tecnológico de Monterrey, campus Guadalajara; *Balajú, Revista de Cultura y Comunicación*, de la Universidad Veracruzana, y la *Revista Panamericana de Comunicación*, impulsada por la Universidad Panamericana.

Estrategias de difusión en Comunicación y Sociedad

En un mundo en el que las redes sociodigitales y otras plataformas acaparan la atención de usuarios alrededor del mundo, *Comunicación y Sociedad* debía estar presente en esas redes. Si bien el público mayoritario de la revista son académicos y estudiantes, y ya que estos acceden a los contenidos de los artículos publicados a través del sitio web de la revista y otros acervos, como SciELO, consideramos que divulgar la ciencia en más formatos era un compromiso mayor en pos de alcanzar otros públicos, quizá menos especializados, y utilizar para ello lenguajes no tan académicos; así, se pensó en el uso de videos, audios e infografías que tradujeran los resultados de la investigación a un formato más amigable.

Mediante resúmenes, comentarios, citas o retitulaciones, los contenidos se difunden más en los medios sociales (Guallar, citado en Artigas & Guallar, 2002, p. 15). En términos técnicos, a esta práctica se le conoce como curación de contenido o *content curation* (Guallar, citado en Artigas & Guallar, 2022). Esto se define como un:

Sistema llevado a cabo por un especialista (el *content curator*) para una organización o a título individual, consistente en la búsqueda, selección, caracterización y difusión continua del contenido más relevante de diversas fuentes de información en la web sobre un tema (o temas) y ámbito (o ámbitos) específicos, para una audiencia determinada, en la web (tendencia

⁶ Anteriormente editada por el ITESM, campus Monterrey.

mayoritaria) o en otros contextos (p. e., en una organización), ofreciendo un valor añadido y estableciendo con ello una vinculación con la audiencia/usuarios de la misma (Guallar & Leiva-Aguilera, citados en Artigas & Guallar, 2022, p. 16).

El primer perfil de red social que se abrió fue en Facebook,⁷ en noviembre de 2013. Dos años después, en 2015, se creó una cuenta en Twitter.⁸ Además, se empezó a producir un boletín mensual de noticias y en 2019 se decidió incursionar en la edición de podcasts (en las plataformas iVoox y Spotify), en cuyo formato los autores exponen en su propia voz los resultados de sus investigaciones. En 2023 se abrió una nueva red social: TikTok.

Así, es importante tomar en cuenta que el alcance de las redes sociales también se mide y estos datos forman parte de lo que se conoce como *altmetrics* o métricas alternas. Estas son métricas alternativas al factor de impacto y sirven para identificar el nivel de influencia y el impacto social de la investigación en fuentes más allá de las académicas, como lo son las redes sociodigitales, fuentes periodísticas, blogs, entre otras (Alonso-Arévalo et al., 2016).⁹

Publicación en dos idiomas

La hipótesis dicta que publicar textos en inglés ayuda a alcanzar mayor visibilidad. Hemos observado que desde que en CyS se tomó la decisión de publicar también en esa lengua, se han recibido textos originales en inglés, procedentes de diversos países y no solo de regiones anglo, confirmando lo intuido; si bien, y esto es una deuda en este estudio, falta realizar un análisis formal sobre el alcance y descarga de los artículos en esa lengua.

Con todo, según las métricas de Google Analytics, durante el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2022 el sitio registró visitas de

⁷ Disponible en <https://www.facebook.com/comysoc>

⁸ Disponible en <https://twitter.com/cysrevista>

⁹ Estos datos son manejados por empresas privadas, tales como PlumX. Si bien CyS cuenta con el monitoreo de estos datos a nivel artículo, las limitaciones presupuestales han impedido acceder al servicio completo de estas métricas.

diversos países. Aunque México predomina como el país desde donde se reciben más visitas al portal, más de 50 mil del total de 71 856 de ellas proceden de otros países, prácticamente de todos los continentes del mundo. De los 149 países que visitaron el sitio, los 20 con más visitas fueron los siguientes:

TABLA 1
PAÍSES QUE MÁS HAN VISITADO EL SITIO WEB DE LA REVISTA

Posición	País	Sesiones	Posición	País	Sesiones
1	México	21 622	11	Guatemala	687
2	España	8 383	12	Indonesia	588
3	Perú	7 526	13	Bolivia	527
4	Colombia	4 455	14	Cuba	385
5	Estados Unidos	2 618	15	Uruguay	338
6	Argentina	2 514	16	India	319
7	Ecuador	2 220	17	Costa Rica	282
8	Chile	2 102	18	Francia	262
9	Venezuela	1 042	19	Países Bajos	261
10	Brasil	941	20	República Dominicana	258

Fuente: Google Analytics (datos de julio 2023).

Por lo anteriormente expuesto, uno de los mayores cambios y transformaciones de CyS ha sido adaptarse a los nuevos formatos para divulgar la ciencia, extender el alcance de los contenidos de la revista y ampliar los públicos y países a los que llega.

CONTEXTO DE ESTUDIOS HEMEROGRÁFICOS Y BIBLIOMÉTRICOS EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN

Dentro de las llamadas ciencias de la información, que tienen como objetivo el estudio de fuentes y procesos documentales, aparecen a principios del siglo XX los estudios hemerográficos, entendidos como la subdisciplina encargada de explicar y describir el papel, en clave de procesos de información, de los distintos tipos de documentación periódica tales como revistas, boletines y folletos.

Por su parte, la cienciometría, una disciplina ubicada a veces como parte de la sociología de la ciencia, algunas otras como un área de especialización de las ciencias de la información y, otras tantas, como un satélite en la órbita de ambas, ha tomado como encargo (al menos desde la década de los setenta con los estudios de Dereck de Solla Price [1973] sobre cienciometría moderna), el rastrear y sistematizar los procesos de circulación de conocimientos científicos, particularmente aquellos dependientes de publicación documental y, esencialmente, de la producción hemerográfica académica.

Si bien cooperando y trabajando en conjunto en proyectos particulares, ambas áreas especializadas se habían mantenido como campos poco hibridados hasta ya entrada la primera década del siglo XXI, el avance de la Web 2.0 y la llegada de los primeros prototipos de coleccionadores bibliográficos de índice abrieron la oportunidad de formalizar su participación conjunta.

Como veremos, la irrupción de Internet y de nuevas disciplinas informáticas permitieron, por primera vez en la historia de las ciencias, generar “métricas digitales”, es decir, estadísticas limpias sobre el comportamiento en línea de las distintas entidades documentales de las colecciones hemerográficas (ya fueran artículos, revistas, autores, instituciones o lectores), rebasando, así, los cómputos tradicionales y por demás muy limitados, tales como el conteo de citas o el ya clásico factor de impacto. Con ello nacía también la hemerometría: un nuevo campo de especialización abocado a aprovechar las métricas digitales de la producción académica en revistas para el avance de las investigaciones hemerográficas y cienciométricas.

A partir de ese momento, las revistas científicas y académicas han podido tomar las herramientas hemerométricas para desarrollar diagnósticos y, sobre todo, emprender procesos de peritaje y toma de decisiones inimaginables hace apenas poco más de una década. Desde esta tendencia, durante la última década se han corrido varios análisis hemerométricos y bibliométricos históricos a revistas del área de la comunicación en Iberoamérica (Castillo-Esparcia et al., 2012; de-Filippo, 2013; Escribà-Sales & Cortiñas, 2013; López-Ornelas, 2010; Martínez-Nicolás & Carrasco-Campos, 2018; Rogel-Salazar et al., 2017, entre otros), de entre los cuales la gran mayoría se refieren a análisis de revis-

tas españolas, pues España es la nación que cuenta con las revistas en el área de la comunicación más reconocidas en Iberoamérica.

Precisamente, la *Revista Latina de Comunicación Social* (RLCS) publicó un estudio métrico de sus contenidos del periodo de 1998 a 2009, realizado por López-Ornelas (2010). Esta autora analizó un total de 64 números publicados en RLCS y un total de 878 artículos y realizó una investigación cuantitativo-descriptiva en la cual contabilizó el número de autores, género, coautores, grado académico, instituciones españolas de mayor incidencia, entre otros puntos.

En su trabajo encontró cómo la RLCS se fue posicionando en la región latinoamericana al publicar a autores de países de esa región. Un aspecto interesante en el estudio es la medición del alcance de los procesos de la comunicación *internos* (bibliometría, cienciometría, informetría, que son los medibles clásicos) y *externos* (cibernetría, webmetría); y estos últimos consideran nivel de visibilidad, número de descargas, entre otros datos más alternos. En el trabajo se encontró que la gran mayoría de autores son de nacionalidad española, y que existe una ligera mayoría de autores hombres (58%) en relación a las mujeres (42%). Asimismo, en el periodo analizado, la revista contaba con una mayoría de autores nacionales (55%), mientras que 43% eran internacionales y 2% sin registro de nacionalidad. Este estudio se realizó hace más de 13 años y seguramente los datos han cambiado, pero deja ver características que brindan información sobre un periodo en particular.

Coincide lo anterior con algunos de los hallazgos anteriormente presentados en el trabajo realizado por Escribà-Sales y Cortiñas (2013), quienes analizaron las siete revistas españolas mejor posicionadas en indicadores de calidad en el periodo de 2007 a 2011. El objetivo de su estudio fue encontrar si las revistas españolas tenían mayor participación internacional, así como el tipo de colaboraciones entre autores a nivel institucional y geográfico.

Los autores encontraron que, en un total de 2 072 autorías, en 1 182 artículos en el periodo que analizaron, un 58.3% corresponde al género masculino, mientras que un 41.7% al femenino (p. 38). Entre los datos obtenidos, se detectó que una gran mayoría de las autorías únicas (83.8%) provienen de investigadores o investigadoras de España. Un

dato relevante es que, respecto a las colaboraciones entre instituciones, “los mayores centros geográficos en el campo de la comunicación apenas colaboran entre ellos” (p. 41). Otro dato que interesa destacar es que las instituciones españolas que más publican en esas revistas son la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad Autónoma de Barcelona.

Por su parte, el trabajo de este tipo que se ha llevado a cabo en América Latina ha sido el de Gómez-Rodríguez et al. (2017) aplicado a la revista *Comunicación y Sociedad*, quienes encontraron que, a pesar de la internacionalización de esta publicación, esta seguía siendo un espacio de divulgación de investigación nacional y local. Como se podrá leer más adelante, este dato ha cambiado significativamente en los últimos años.

METODOLOGÍA

La presente investigación se desarrolló desde una perspectiva cuantitativa y un diseño comparativo-descriptivo. Seleccionamos el corpus a partir del último análisis que realizaron Gómez-Rodríguez et al. (2017), quienes examinaron los artículos y ensayos publicados a partir del año 2004 hasta el número 26 de 2016. Se decidió utilizar las mismas variables y hoja de sistematización, así como el libro de códigos diseñado para el estudio de 2017. En este trabajo, el corpus está compuesto por 186 publicaciones que se contabilizaron a partir del número 27 (septiembre del 2016) hasta diciembre de 2022. Para la sistematización de los datos, se utilizó la propuesta de Fuentes (2004) en cuanto a los medios analizados (campo académico, prensa e impresos, cine, radio, televisión y video, Internet y digitales, medios en conjunto, otros objetos) (p.19) y se incluyó la propuesta de Jensen (2014), quien hace una clasificación sobre los medios en tres niveles: 1) campo humano (lenguaje oral y escrito); 2) instituciones y prácticas de comunicación de uno-a muchos (libros, prensa, foto, cine, radio, televisión); 3) tecnologías digitales (ver Gómez-Rodríguez et al., 2017). Para el análisis de los abordajes teóricos se acudió a Craig (1999), quien clasifica las tradiciones de la teoría de la comunicación en siete: 1) retórica, 2) semiótica, 3) fenomenológica, 4) cibernética, 5) sociopsicológica, 6) sociocultural y 7) crítica.

Como se mencionó, se utilizó la misma codificación diseñada para el trabajo realizado en 2017, sin embargo, para adaptar a este estudio, se hicieron algunas modificaciones: se añadieron variables relacionadas con la cultura digital (cultura participativa, transmedia, multipantalla, pues no habían aparecido trabajos relacionados con estos temas en los análisis realizados previamente). Asimismo, el análisis de nuevos fenómenos comunicativos implica el diseño y aplicación de otras metodologías y el uso de nuevas herramientas, por lo que se incluyó en la base de sistematización metodologías como *big data*, análisis de redes sociales, así como combinación de metodologías; también se decidió ser más específicos cuando se trata de trabajos que emplean como método central el análisis estadístico.¹⁰

Por otra parte, la plataforma Open Journal Systems (OJS), que es a partir de la cual se gestiona la revista, permitió extraer datos para obtener sistematizaciones que han sido muy útiles para organizar los periodos analizados por autores, zonas geográficas y de procedencia institucional, sexo, tipo de colaboración (local, nacional, internacional), entre otras más.

Para comprender la evolución de las publicaciones de la revista, no solo en el periodo antes mencionado sino durante toda su historia (1987-2022),¹¹ se dio un énfasis analítico comparativo a través del tiempo en algunas de las líneas que nos interesa comparar, recuperando los textos y datos obtenidos por Tovar (1997), Rodríguez y García (2007) y Gómez-Rodríguez et al. (2017), quienes, en su momento, realizaron análisis tanto bibliométricos como de contenido a la revista. Es importante aclarar que no se pudo trabajar el análisis comparativo en todas las dimensiones abarcadas en la actual propuesta debido a las diferencias metodológicas de cada estudio.

¹⁰ El material de análisis que por cuestión de espacio no se puede incluir en el artículo está disponible en los siguientes enlaces. El concentrado de tablas se encuentra en <https://figshare.com/s/104815076907f9aed151> y las figuras en <https://figshare.com/s/7be1c5371b13725d6339>

¹¹ Se considera el corte al 2022 por ser la referencia temporal para considerar los 35 años de la revista.

Un criterio a ser considerado para la construcción del corpus de información fue omitir materiales como entrevistas, reseñas de libros y las presentaciones de las temáticas principales redactadas por las y los coordinadores de cada edición.

Dentro de las dimensiones consideradas para la recuperación de información y posterior análisis, se tiene presente que las decisiones editoriales marcan pautas en los resultados obtenidos, sobre todo por las secciones temáticas que se han incorporado a la revista, desde el año de 2017, ya que sesgan los resultados respecto a los resultados de las temáticas más recurrentes.

TABLA 2
TÍTULOS DE LAS SECCIONES TEMÁTICAS 2017-2022

Temática	Editores invitados	Año
Comunicación y política	Carlos Muñiz	2017
30 aniversario de <i>Comunicación y Sociedad</i>	Carlos Vidales	2017
Medios y memoria	Adrien Charlois y Arley Morrell	2018
Cine latinoamericano y cine europeo: producción, análisis y recepción	Fabiola Alcalá y Patricia Torres San Martín	2018
Alfabetismo transmedia	Carlos Scolari, Rosalia Winocur, Sara Pereira, Carlos Barreneche	2018
Manuel Martín Serrano: Retrospectiva de la teoría de la comunicación	Raúl Fuentes Navarro	2019
Tecnopolítica y ciudadanía digital	Salvador Leetoy, Diego Zavala Scherer, Francisco Sierra Caballero	2019
Condiciones laborales y de seguridad de los periodistas	Celia del Palacio, Gabriela Gómez, Grisel Salazar	2020
Televisión, melodrama, globalización	Giuliana Cassano, Juan Piñón, Constanza Mujica	2020
Comunicación y semiótica	Carlos Vidales, Elizabeth Parra, Richard L. Lanigan	2021

Temática	Editores invitados	Año
Netflix y la transnacionalización de la industria audiovisual	Ma. Trinidad García Leiva, Luis A. Albornoz, Rodrigo Gómez García	2021
Prácticas colaborativas de conocimiento y movimientos sociales: tecnologías y medios libres y ciudadanos para la producción de bienes comunes	Dafne Calvo, Alejandro Barranquero	2022
Medios de comunicación y compromiso político	Carlos Muñiz y Martín Echeverría	2022
Representaciones sociales, públicos, y consumo en la ficción televisiva	Javier Mateos-Pérez, Charo Lacalle, Simone Rocha	2022

Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

Si bien los trabajos recibidos obedecen a las líneas orientadas por cada investigador, es importante considerar que la propuesta de la revista en relación a publicaciones en bloques temáticos puede influir en ciertos contenidos. Sin embargo, al haber analizado un periodo con diversas ediciones de temáticas, se logra minimizar el papel que juega esta decisión editorial para la recepción de trabajos.

Como se mencionó anteriormente, se analizó la totalidad de textos publicados entre los meses de septiembre de 2016 y diciembre de 2022, teniendo un corpus de 186 documentos, de los cuales el 85% son artículos empíricos y el 15% restante corresponde a ensayos. Cabe señalar que no es una muestra en espejo, es decir, que las categorías y los indicadores no son equivalentes en ambos corpus; así, en este trabajo se busca compararlos, pero no contrastarlos en tanto la primera etapa analizada (2004 a agosto de 2016) es un periodo más largo en comparación a la segunda etapa (septiembre de 2016 a diciembre de 2022).

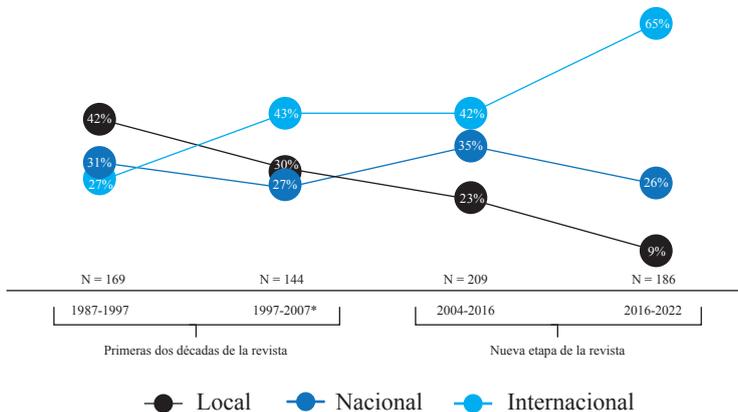
La tendencia en el tipo de publicaciones presentadas muestra un incremento del 24% en la publicación de artículos empíricos (85%) en comparación al 61% de artículos presentados en el periodo de 2004-

2016 (Gómez-Rodríguez et al., 2017), logrando así el deseable de 75% de artículos empíricos que solicitan varios índices internacionales.

Procedencia de autoría (comparativo de cuatro periodos de análisis)

Al considerar la procedencia de la autoría –según la institución de adscripción– se puede enfatizar que las publicaciones internacionales se han mantenido en incremento desde el nacimiento de la revista hasta la actualidad, mientras que la tendencia contraria, es decir, una reducción continua, se ha reflejado en las publicaciones locales. Por su parte, las publicaciones de procedencia nacional han tenido una presencia irregular, pues en algunos periodos revisados presenta una tendencia a la baja y en otros existe un aumento (Figura 2).

FIGURA 2
PROCEDENCIA DE AUTORÍA DE LAS PUBLICACIONES EN EL TIEMPO



Fuente: Elaboración propia.

Hemos observado, desde el 2017, que los investigadores españoles buscan publicar más en revistas latinoamericanas ubicadas en cuartiles altos en los índices internacionales (Scopus y WoS), dado que, en términos globales, de habla hispana, existen muy pocas revistas cuartil

uno en el entorno de la disciplina, y estas están radicadas, básicamente, en España (cabe mencionar que en América Latina las revistas están posicionadas en los cuartiles 2, 3 y 4, con ausencia del 1). En gran parte, se cree, esta tendencia es el resultado natural de la presencia histórica mucho más temprana de España en el desarrollo del campo, de la consecuente primacía en la disciplinarización de la investigación y la diversificación natural de su actividad empírica.

Al tomar en cuenta la nacionalidad de adscripción de los autores, España se posiciona como el país con más presencia, pues el 31% de ellos, en todos los niveles de colaboración, forman parte de instituciones de este país. De cerca le sigue México, con 27% de adscripciones y, a partir de este punto, observamos una dilución en la concentración de países pues a la saga continúa Chile, con un 10%; Argentina, con un 8%; Colombia, con el 6%, y Brasil, con un 5%. El 13% restante se divide en 13 países, mayormente de Latinoamérica.

Comparando con los estudios anteriores podemos observar un aumento consistente en la participación internacional en publicaciones individuales o en el primer lugar de autoría, pues mientras que Rodríguez y García (2007) reportaban un 26.6%, y Gómez-Rodríguez et al. (2017), un 42%, en el último periodo analizado existe un 63.4% de autoría internacional en primera posición. Lo anterior demuestra que se mantiene una tendencia a la internacionalización; sin embargo, un importante porcentaje de colaboradores (36.6%) siguen siendo nacionales. También observamos una cada vez mayor demanda para publicar en CyS de investigadores asiáticos, y esto se debe, creemos, a la publicación de textos en inglés.

En cuanto a las instituciones de procedencia, destaca que la Universidad de Guadalajara (UdeG) sigue ocupando el primer lugar como institución de adscripción de los autores participantes en el periodo 2016-2022. Sin embargo, a diferencia del periodo 2004-2016, en el que otras instituciones mexicanas ocupaban junto a la UdeG los primeros lugares, en el último periodo analizado la segunda posición la ocupa una institución de Chile, en tercera y cuarta posición se encuentran instituciones de España y, en quinto lugar, de Argentina. Así, podemos ver que las universidades nacionales han sido desplazadas en los primeros lugares por universidades internacionales, con una fuerte presencia de España (Tabla 3).

TABLA 3
INSTITUCIÓN DE ADSCRIPCIÓN DE LOS AUTORES

Posición	2004-2016		2016-2022	
	Institución	Participaciones	Institución	Participaciones
1	Universidad de Guadalajara	49	Universidad de Guadalajara	31
2	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	13	Pontificia Universidad Católica de Chile	13
3	Universidad Autónoma Metropolitana	9	Universidad Rey Juan Carlos	12
4	Universidad Autónoma de Aguascalientes	6	Universidad Complutense de Madrid	10
	Universidad Complutense de Madrid	6	Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas	9
5	Universidad Veracruzana	5	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	8
6	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente	4	Universidad de Lima	8
	Universidad de Buenos Aires	4	Universidad Carlos III de Madrid	7

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que la participación de la Universidad de Guadalajara es variada, con un total de 25 autores en las 31 participaciones, de los cuales únicamente cinco han publicado en más de una ocasión y, de estos, solo en un caso se superaron las dos publicaciones. Esto demuestra una alta participación por parte de investigadores de la institución y no un nivel intensivo de publicación por pocos autores.

Por otra parte, al analizar la distribución de instituciones por país, podemos ver que España es el país con mayor número de instituciones colaboradoras en el periodo revisado, con un total de 35 instituciones de adscripción participantes. Le sigue de cerca México, país del cual forman parte 28 instituciones diferentes, seguido de Argentina (14), Colombia (12) y Chile (11). Así, se puede observar que los países que tienen mayor cantidad de participaciones también son los que presentan mayor número de instituciones de adscripción. En el caso de España y México se encontró una relación tres a uno, es decir, que por cada institución de ese país se tiene la presencia de tres participaciones en diferentes publicaciones. En los casos de Argentina, Colombia, y Portugal la relación encontrada es de dos a uno, y en el resto de uno a uno.¹²

Además, al observar la relación entre el país de origen y la cantidad de artículos procedentes de cada uno, podemos observar que, si bien España es el país con mayor número de autores participando en el periodo, es México el país que tiene el mayor número de artículos publicados (Tabla 5). Esto implica que los autores españoles han trabajado más en colaboración, con un promedio de dos autores por texto, mientras que los mexicanos mayormente publican de manera individual. En este sentido es Chile el país que reporta mayor número de coautorías, con 2.5 autores por artículo en promedio. Es importante mencionar, en este sentido, que las colaboraciones pueden ser nacionales o internacionales.

El fenómeno de las colaboraciones se ha presentado en el último periodo analizado, el cual refleja una tendencia a realizar trabajos académicos y publicarlos entre dos o más autores. Esto se debe, en parte, a las políticas científicas en los diversos países, como España, donde se fomenta el trabajo de grupos colegiados. Lo anterior coincide con los hallazgos de Martínez-Nicolás y Carrasco-Campos (2018), quienes

¹² Con excepción de Perú, que presenta nueve autorías por dos instituciones.

TABLA 4
RELACIÓN ENTRE AUTORES E INSTITUCIONES

2016-2022							
País	Número instituciones	Autores	Relación entre autores e instituciones	País	Número instituciones	Autores	Relación entre autores e instituciones
España	35	108	3.1	Ecuador	3	4	1.3
México	28	93	3.3	Italia	4	4	1.0
Chile	11	35	3.2	Francia	2	3	1.5
Argentina	14	26	1.9	Portugal	2	4	2.0
Colombia	12	21	1.8	Bélgica	2	2	1.0
Brasil	7	19	2.7	Bolivia	1	2	2.0
Perú	2	9	4.5	Cuba	1	1	1.0
Estados Unidos	5	7	1.4	Alemania	1	1	1.0
Uruguay	3	5	1.7	Pakistán	1	1	1.0

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 5
RELACIÓN ENTRE COLABORADORES Y ARTÍCULOS

2016-2022							
País	Autores	Artículos	Relación entre colaboradores y artículos	País	Autores	Artículos	Relación entre colaboradores y artículos
España	108	54	2	Ecuador	4	3	1.3
México	93	72	1.3	Italia	4	3	1.3
Chile	35	14	2.5	Francia	3	3	1
Argentina	26	16	1.6	Portugal	4	3	1.3
Colombia	21	10	2.1	Bélgica	2	2	1
Brasil	19	10	1.9	Bolivia	2	1	2
Péru	9	6	1.5	Cuba	1	1	1
Estados Unidos	7	6	1.2	Alemania	1	1	1
Uruguay	5	4	1.3	Pakistán	1	1	1

Fuente: Elaboración propia.

encontraron en su análisis que existe un crecimiento de las colaboraciones en los trabajos publicados. Esto lo atribuyen al incremento y fortalecimiento de redes multicéntricas de investigadores (p. 1 372). En CyS hallamos que, a diferencia de otros periodos analizados, en los últimos años se han sometido artículos firmados por investigadores procedentes de diferentes instituciones y países.

Representación de género

Respecto a las características de los 345 autores participantes en los 186 textos que conforman el corpus, se presenta prácticamente un equilibrio en la presencia de mujeres y hombres, como colaboradores autorales, pues el 51% fueron mujeres y un 49% hombres. Esto representa un ligero aumento en la participación de mujeres respecto al estudio realizado en 2017, en el cual esta era del 44%.

Esta tendencia se mantiene al observar según el orden de colaboración, ya que tanto en las posiciones de primeros y segundos autores las mujeres presentan una ligera ventaja (primer autor: mujeres, 52%; hombres, 48%; segundo autor: mujeres, 53%; hombres, 47%), la tercera posición representa el 50% de participación por sexo y tanto la cuarta y quinta posición cuentan con más participación masculina (cuarto autor: mujeres, 33%; hombres, 67%; quinto autor: mujeres, 40%; hombres, 60%). Es decir, las mujeres aparecen como autoras responsables en más ocasiones que los hombres, sin embargo, esta diferencia es poco representativa estadísticamente hablando.

Se puede observar, así, que a lo largo de la Nueva época de la revista (2004 en adelante), ha habido una aportación prácticamente espejada entre hombres y mujeres, misma que ha surgido de manera orgánica al no ser resultado de acciones específicas por parte del equipo editorial de la revista, tales como pudieran ser la circulación de convocatorias en torno a temas de género o el diseño e implementación de políticas selectivas de algún tipo; con esto se quiere decir, en síntesis, que este resultado ha sido producto de la participación orgánica tanto de autoras y autores como de los procesos de dictaminación neutros.

Temáticas

Como se puede observar en la Tabla 6, un 34% de los artículos se refieren a estudios desde la emisión/producción/interactividad. Es decir,

desde donde parte la elaboración de mensajes. Le siguen trabajos que analizan la recepción/consumo/circulación de contenidos. Respecto a la significación de estos, un 20% analizan esta área y apenas un 8% de estudios (ensayos) analizan el estado de la investigación del campo de la comunicación.

TABLA 6
EJES TEMÁTICOS 2016-2022

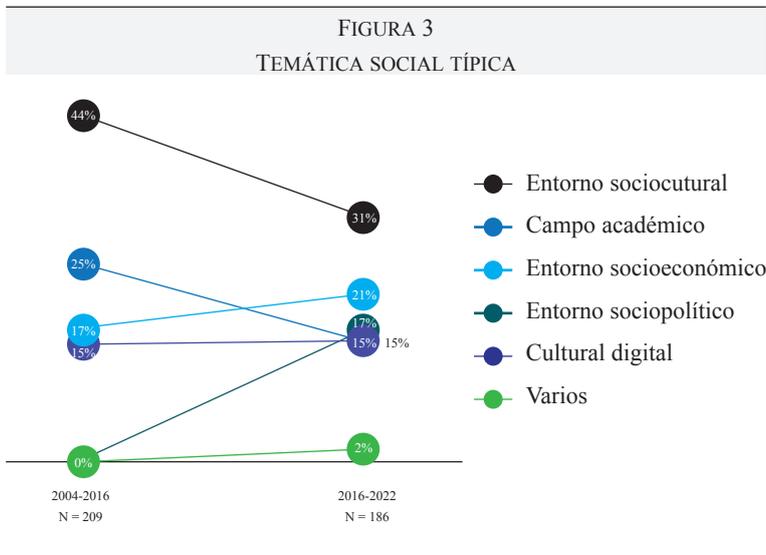
2016-2022		
Temático	Publicaciones	%
Emisión/Producción/Interactividad	63	34%
Recepción/ Consumo/Circulación	44	24%
Significación/ Contenido	37	20%
Historia/ Políticas/ Regulación	16	9%
Estado de la investigación	15	8%
Circulación/Distribución	7	4%
Varios	4	2%

Fuente: Elaboración propia, basado en Fuentes (2004, p. 21).

Destaca en este análisis que los artículos que abordan como tema central la cultura digital (cultura participativa, transmedia y multipantalla), son los que han incrementado su presencia en los últimos años, pues de no contar con trabajos sobre el tema en el periodo de 2004-2016, hubo un notorio incremento en 2016-2022, llegando a un 17% del total de artículos publicados para este periodo. Sigue predominando como referencia temática social típica el entorno sociocultural (que abarca sujetos e identidades sociales, cultura urbana, vida cotidiana, educación, ideología y creencias, discurso y representaciones simbólicas). También destaca un breve incremento en estudios sobre el entorno socioeconómico de los medios (al pasar de 17 a 21%) y una baja en el estudio del campo académico de la comunicación (del 25% al 15%).

Tradiciones de investigación

Respecto a la tradición de investigación al que se adscriben los textos, en el corte analizado para 2016-2022 arrasa la sociocultural, con un 72% (teniendo un incremento de 28 a 72% de un periodo a otro),



Fuente: Elaboración propia.

mientras que la tradición crítica tiene una baja significativa del 35 al 15%. Esto lo explicamos en el alza a estudios digitales que responden a la realidad actual y las investigaciones que buscan explicar los usos y apropiaciones de la cultura digital.

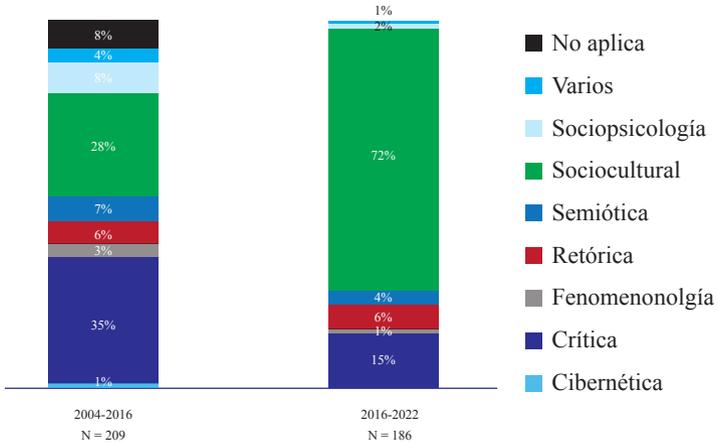
Por su parte, es importante exponer que en periodos anteriores las tradiciones englobadas, particularmente, en los linderos de la escuela crítica y la sociopsicológica, estaban muy presentes, lo que deja ver que las preguntas y orientaciones generales responden a un renovado espíritu de época.

Como se puede ver en la Figura 5, el énfasis en la tradición sociocultural proviene tanto de colaboraciones locales, nacionales como internacionales, notando un incremento en esta tradición en países del extranjero. También observamos estudios más críticos en las investigaciones nacionales (México).

Tipo de diseños metodológicos y métodos

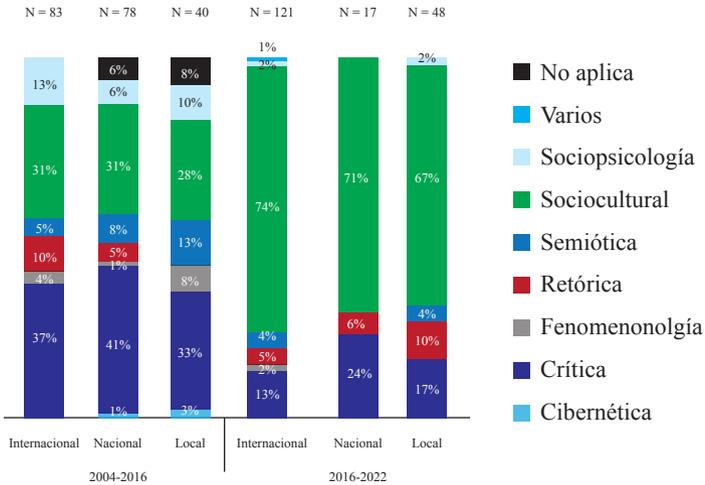
Por su parte, encontramos que siguen predominando los diseños cualitativos (incluso con un incremento del 55 al 63% con respecto a 2004-2016 (agosto), un leve aumento en estudios mixtos (11 al 14%) y un

FIGURA 4
TRADICIÓN DE INVESTIGACIÓN (PERIODOS 2004-2016 Y 2016-2022)



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 5
TRADICIÓN DE INVESTIGACIÓN SEGÚN REGIONES
(LOCAL, NACIONAL, INTERNACIONAL)



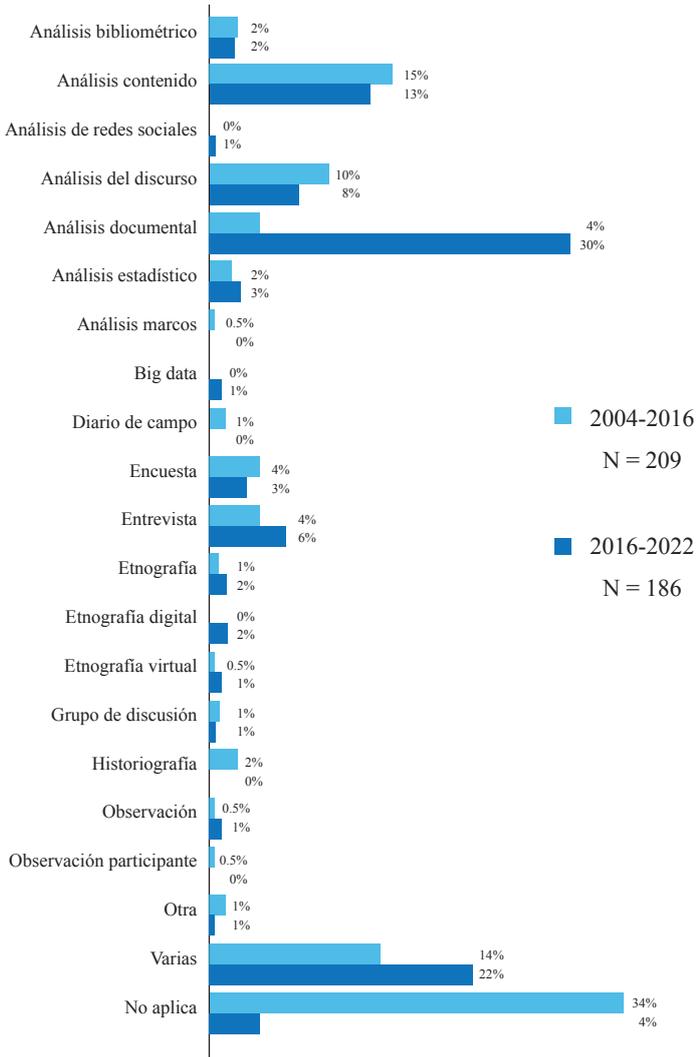
Fuente: Elaboración propia.

descenso en estudios cuantitativos (34 al 24%). Existe una preferencia por la realización de estudios cualitativos en colaboradores mexicanos (86%) frente a los internacionales (60%). En comparación con el periodo de 2004-2016, encontramos una preferencia por los estudios cualitativos para el periodo 2016-2022. Tal como lo ha planteado Arroyave (2023), si bien muchas propuestas novedosas y abordajes metodológicos poco comunes circulan de manera natural en el campo, en términos de producción científica, una pléyade entera de factores determina que los enfoques clásicos se mantengan al frente de las tendencias globales y que la innovación epistémica sea un escenario no muy común.

En cuanto a las metodologías aplicadas en las investigaciones, de las 111 publicaciones donde se trabajó la perspectiva cualitativa, predomina el análisis documental con un 43%, metodologías varias con un 17%, análisis del discurso un 12% y la entrevista con un 10%, entre las que más destacan (Figura 8). Cabe señalar que aparecen metodologías utilizadas para investigaciones de la cultura digital, tales como etnografía virtual, observación, análisis de redes sociales y *big data*, con porcentajes más bajos y desde lo cualitativo y lo cuantitativo. En las siguientes figuras, 7 y 8, se podrán observar los resultados de la sistematización realizados en 2004-2016 y 2016-2022. Continúa destacando como método el análisis de contenido y sobresale el análisis documental.

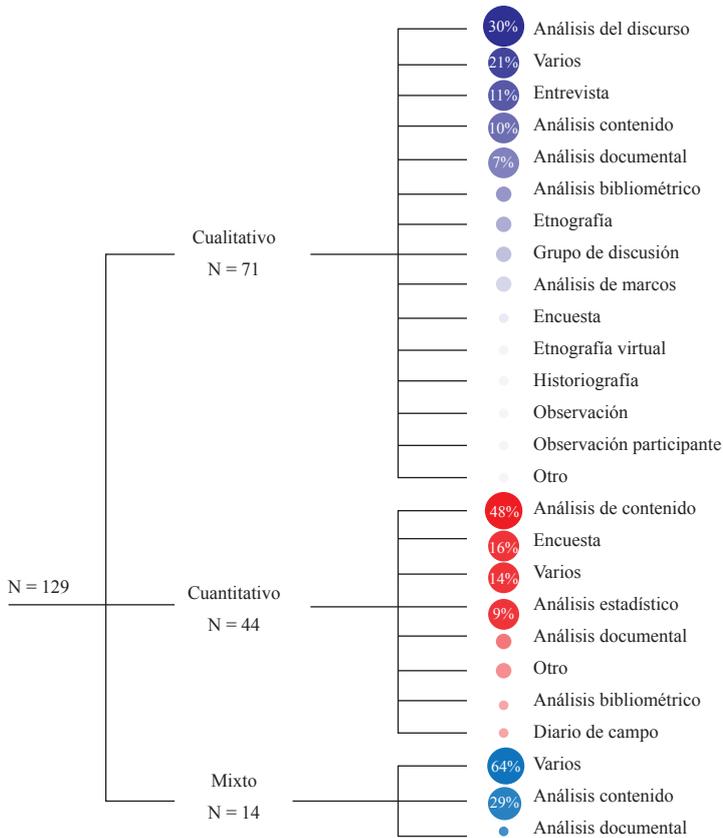
En general, la dimensión de metodologías utilizadas en las publicaciones, comparando las últimos dos etapas, destaca el aumento de uso del análisis documental, técnica que tenía 4% en el periodo 2004-2016, y para el periodo 2016-2022 presenta un 30% de su implementación, considerando las 186 publicaciones analizadas (Figura 6); mientras que las demás técnicas mantienen porcentajes cercanos dentro de los dos periodos. Por ejemplo, el análisis de contenido de 15% baja a 13%, pero se mantiene como la técnica principal usada dentro de la perspectiva cuantitativa. Por su parte, el análisis de discurso varía de 10% a 8% dentro de los artículos en general. Dado el aumento del uso del análisis documental, esta técnica se posiciona como la principal dentro de la metodología cualitativa en el último periodo analizado, siendo que en el periodo anterior el análisis del discurso era la técnica más usada para esta perspectiva (Figuras 7 y 8).

FIGURA 6
METODOLOGÍAS EMPLEADAS (2004-2016 Y 2016-2022)



Fuente: Elaboración propia.

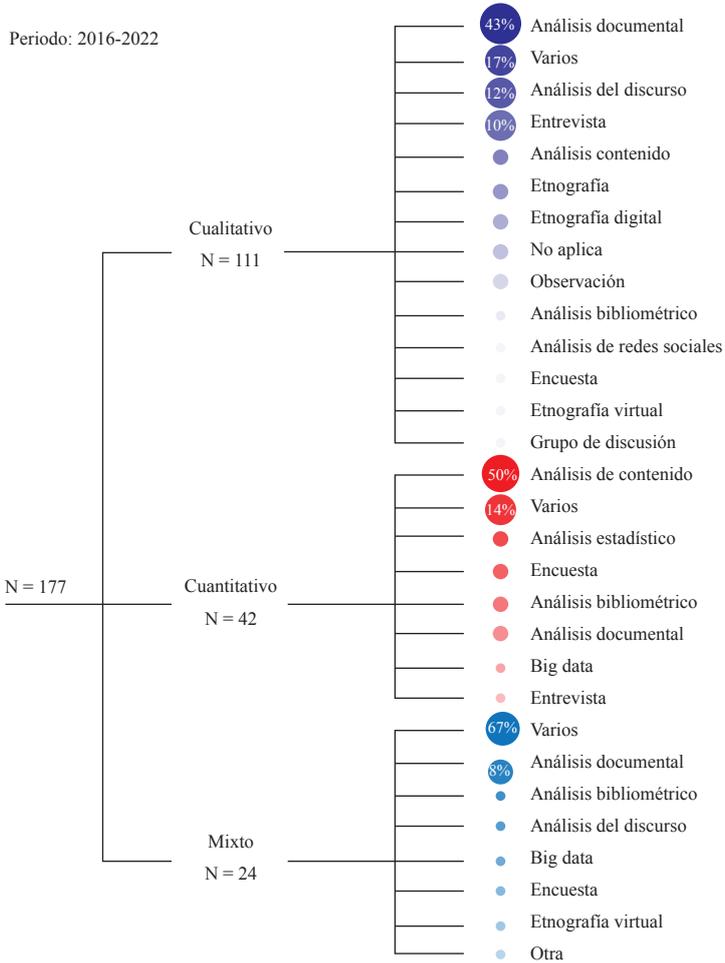
FIGURA 7
DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍAS (2004-2016)



Fuente: Elaboración propia.¹³

¹³ En este gráfico se omiten las publicaciones de ensayos, por lo que el total presentado no coincide con el total del corpus analizado en ese periodo (N = 209).

FIGURA 8
DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍAS (2016-2022)



Fuente: Elaboración propia.¹⁴

¹⁴ En este gráfico se omiten las publicaciones de ensayos, por lo que el total presentado no coincide con el total del corpus analizado en ese periodo (N = 186).

Niveles comunicativos

Los tres niveles comunicativos propuestos por Jensen (2014) han mantenido una presencia constante en las publicaciones de la revista; esto va de la mano con la evolución que está teniendo el campo de la comunicación en los últimos años (temáticas emergentes, clave, nicho y básicas [Scientifcomm, 2022]).¹⁵ En el periodo del 2004-2016 el segundo nivel comunicativo de Jensen (2014), referido a las instituciones y prácticas de comunicación, concentraba el 60% de las publicaciones y los principales medios/objetos que fueron analizados en los artículos fueron la televisión y video (21%), prensa e impresos (15%) y medios en conjunto (13%); mientras que para el periodo 2016-2022 permanece este mismo nivel como el más presente en los artículos, pero con una reducción, pasando al 52%, mostrando un cambio en los medios/objetos donde la prensa e impresos aumentaron a 19% y TV/pantallas/video¹⁶ baja a 19%. Por otra parte, el tercer nivel, las tecnologías digitales, aumenta de 13% a 24%, lo cual es consistente con el aumento en temáticas de cultura digital, ya que los medio/objeto que involucran son los medios interactivos digitales y social media.

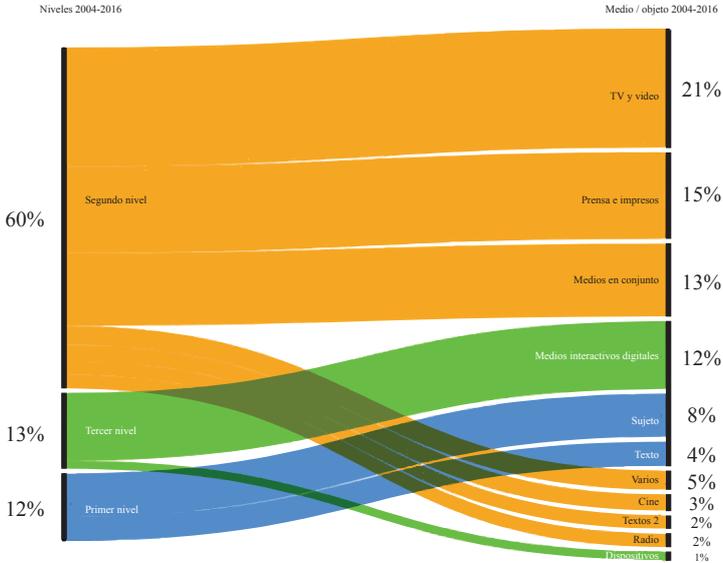
DISCUSIÓN

Al término del estudio se pudieron verificar algunos supuestos o, más bien, intuiciones, que habían estado en la mesa de trabajo del equipo editorial de la revista a lo largo de varios meses o, incluso, años, en gran parte como dudas que impulsaban el proceso de toma de decisiones y las estrategias varias de editorialización.

¹⁵ Reporte elaborado por la consultora Scientifcomm para el equipo editorial de CyS en 2022, donde se observa la presencia de temas que aparecen en las revistas de comunicación indizadas en Web of Science. Entre los temas que destacan están: Covid-19, comunicación de la ciencia, social media, entre otros.

¹⁶ Las categorías para un periodo y otro tuvieron una modificación por la presencia de diferentes objetos de estudio dentro de las publicaciones, pero se buscó mantener la esencia de cada medición.

FIGURA 9
NIVELES COMUNICATIVOS (2004-2016)

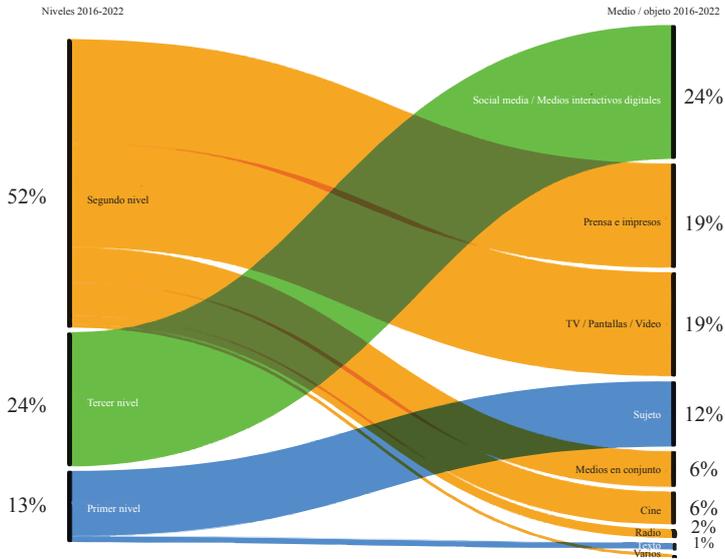


Fuente: Elaboración propia.

Los tres niveles analizados son: 1) campo humano (lenguaje oral y escrito); 2) instituciones y prácticas de comunicación de uno-a muchos (libros, prensa, foto, cine, radio, televisión); 3) tecnologías digitales (Jensen, 2014).

Entre ellas, el hecho de que una parte importante de la producción seguía procediendo de España pero que, a la par, era sensible la presencia a veces nueva o renovada de países del sur americano, como Colombia y Perú, y la participación constante y de larga data de Argentina y Chile, además de la constatación de que las colaboraciones entre autores e instituciones iban aumentando, en parte como resultado natural de las políticas globales de financiación y fomento a la producción de ciencia y tecnología. También se ha incrementado la demanda por publicar en CyS de colegas de países asiáticos, lo que deja ver el interés por publicar en revistas latinoamericanas, y llegar a otros públicos, con temáticas globales como la violencia de género, entre otras más.

FIGURA 10
NIVELES COMUNICATIVOS (2016-2022)



Fuente: Elaboración propia.

Otro aspecto a destacar es el hecho que se han recibido varias solicitudes de colegas de España para coordinar secciones temáticas; de las 14 publicadas desde 2017 hasta 2022, colegas españoles participaron en seis. Ello afecta sin duda la tradición científica desde la cual se priorizan las temáticas, así como el fomento de trabajos de grupos colegiados. Esto entonces también ha incidido en la alta publicación de colaboraciones de ese país y las tradiciones científicas desde las cuales se abordan, aunque una política en CyS es que se equilibre el origen de los textos publicados. En esta línea, la mayoría de coordinadores de sección temática han sido mexicanos (en ocho), mientras que han participado también colegas de Chile, Colombia, Argentina, Brasil, Estados Unidos y Perú. La balanza se inclina a México y España, por lo que hace falta promover más la participación de países del Sur Global y otras regiones del mundo.

A la par, fue posible identificar que, si bien la revista presenta una apertura creciente hacia la internacionalización, sigue siendo una plataforma importante para su propia institución y, por ende, para el país y el territorio más próximo, al ser precisamente la Universidad de Guadalajara la institución más publicada.

Otro hallazgo, que no resultó sorprendente pero sí satisfactorio, fue la constatación de que la publicación, en términos de género, tendía a empatarse y que, según lo recabado, esto promete mantenerse a largo plazo. Este hecho es importante, se cree, pues habla de un panorama donde la voz de las mujeres científicas y académicas tiene un lugar de autoridad que con seguridad hace unos años atrás no se encontraba con facilidad, pues se encontraban excluidas del campo de citación de la ciencia en general y del cual CyS no es ajeno. Como menciona Arroyave (2023), las mujeres han estado excluidas históricamente del campo de la comunicación, ya sea por su raza o género, tanto por los textos donde ellas aparecen como autoras, así como el número de citas que reciben en comparación con los hombres. Como se demuestra en el artículo presentado, hay un balance en CyS en cuanto autorías por género, pero faltaría hacer análisis más finos haciendo cruces por raza, temáticas, tradiciones de investigación, etc.

CONCLUSIONES

Las revistas académicas, hoy en día, enfrentan retos que hace una década ni siquiera podían ser imaginados; uno de ellos, de gran importancia por su implicación en la publicación independiente, es la absorción masiva de revistas universitarias o institucionales por parte de grandes conglomerados editoriales internacionales.

Dadas las precarias situaciones económicas por las que transitan las revistas no comerciales, dependientes de los cada vez más reducidos presupuestos universitarios (más aún si las instituciones son públicas) y de las presiones globales que implica la producción editorial digital y cuantitativa, muchas revistas acaban cediendo o concesionando sus productos hemerográficos a consorcios con fines de lucro,¹⁷ lo que

¹⁷ Ver Pichel (2023).

conlleva, al menos, dos grandes problemas: por un lado, la intermediación y privatización de esos productos y, por el otro, el involucramiento de actores y agendas de interés ajenos a los campos disciplinares y la autonomía científica de estas agendas.

Por su parte, la “carrera por las métricas”, los cuartilajes y las indicaciones (en los que se incluye la utilización de las revistas como herramientas burocráticas de peritaje para evaluar la “calidad” académica de autores e instituciones) han propiciado un cambio importante en el ecosistema hemerográfico internacional, donde la estructura de la antigua oferta de propuestas editoriales ha evolucionado hacia una competencia directa y manifiesta entre revistas por ocupar las posiciones punteras.

En este sentido, CyS no ha sido ajena a las presiones y necesidades de actualización en este ámbito, pero siempre ha querido mantener su naturaleza “orgánica”, es decir, que las visitas, citas y descargas recibidas se mantengan con base en la demanda natural de los documentos que ofrece y la búsqueda interesada por parte de nuestros públicos, en este caso tanto de los artículos como de los contenidos elaborados para redes sociales, como lo son podcast, infografías y otras piezas de comunicación producidas por parte del equipo editorial conjunto.

En cuanto a los retos, esta circunstancia ha funcionado como un aliciente en la actualización en distintas etapas de la revista, iniciando, como ya se ha mencionado brevemente antes, con la migración al formato digital (dejando definitivamente el papel impreso y las suscripciones por correo) y, posteriormente, asumiendo la modalidad de publicación continua (*rolling pass*), es decir, aquella donde se publican artículos individuales y no por números compilatorios, promover la publicación adelantada en los artículos y, sobre todo, iniciar complejos procesos logísticos de evaluación y catalogación en índices mundialmente reconocidos, de los cuales el más importante, como reto y como gestión, ha sido la indización en Scopus.

En este punto es importante aclarar que el ingreso y permanencia en los distintos cuartiles de esta indizadora (que son cuatro) es resultado de la confluencia de muy distintos factores, donde la entrada de más revistas a los índices y la comparación de tasas de citación y otros indicadores de impacto entre ellas hace muy fluctuante la posición periodizada de cada revista en el mapa de cuartilajes.

Así, puede darse el paradójico caso de que, aunque una revista haya recibido más citas en un periodo reciente que en otro anterior, por su relativización en relación al nuevo ecosistema de revistas (con más número de actores en la etapa reciente, por ejemplo), la revista cambie de posición a una más baja. Desde aquí, el reto ha sido aprender, tanto de la experiencia como del entrenamiento formal, el complejo funcionamiento y estructura de la cienciometría y la hemerometría actuales que, huelga decirlo, cada año cambia, se enriquece y reclama una actualización constante y persistente por parte de todo el equipo editorial.

Para *Comunicación y Sociedad*, estar indizados en Scopus (cuartil 3 actualmente), implica el esfuerzo por que la revista se mantenga o vuelva a subir de cuartil (pues anteriormente ha estado en el cuartil 2), y se incursione en otros índices más. Sin embargo, como se ha mencionado anteriormente, CyS está en desventaja con otras revistas producidas en países como Estados Unidos o Inglaterra, que cuentan con otros recursos financieros y humanos y provienen, en su mayoría, de editoriales privadas. Esto hace que el esfuerzo sea doble o triple por parte del equipo editorial. Sin embargo, creemos que CyS cumple su función en el campo de la comunicación, independientemente de esa “carrera por las métricas”, donde la revista defiende su identidad, rigor y prestigio ganado a través de 35 años.

Si bien sería ingenuo y mentiroso negar que un grado de competencia siempre ha estado involucrado (hecho que no solo es verdadero sino, también, deseable), una realidad es que esta especie de “carrera al abismo” comienza a tener consecuencias no deseables en determinados aspectos y para diversos actores, tales como los jóvenes investigadores, las agendas alternativas y las temáticas periféricas.

Si hacemos caso a lo antes expuesto, veremos que para algunos proyectos editoriales las nuevas plumas se soslayan en favor de aquellas consolidadas y “taquilleras” y que ciertos temas y agendas, sean estas emergentes o no, pueden resultar riesgosos si atraen o atienden únicamente a públicos y lectores escasos o no recurrentes; en síntesis, se evitan situaciones que potencialmente reporten baja citación y visitas constantes por parte de los mismos lectores. En este sentido, CyS ha tenido como preocupación propia y como eje práctico, axiológico y deontológico el mantenerse como una publicación orgánica, que dé

cabida a autores tanto noveles como laureados y a agendas y temas que respondan a las problemáticas actuales de la región.

Lo que en este artículo presentamos también deja ver cómo se moviliza el campo de estudios de la comunicación desde el Sur Global (sumando a esta región a España), y observamos que, aunque cada vez más países de otras naciones (tanto de Europa como de Asia) publican en la revista, sigue siendo un porcentaje mínimo. Las grandes editoriales comerciales, procedentes principalmente de países anglófonos, son del principal interés de los académicos del campo por cuestiones, creemos, de las evaluaciones realizadas a los investigadores y los requisitos para obtener fondos, donde se privilegia el publicar en revistas en cuartiles 1, principalmente.

Habría que considerar otras variables más, sin embargo, los esfuerzos que se realizan en las revistas de la región latinoamericana son enormes y no podemos comparar las condiciones de trabajo y financiamiento de revistas latinas con países de primer mundo. Si bien es importante estar y mantener las indizaciones (pues refleja entre otros aspectos la calidad de una publicación), de este lado del sur Global el campo responde a otras condiciones, temas, y realidades.

Retomando lo ya trabajado desde hace tiempo por personajes tales como Ford (2005) u Ortiz (2009), sabemos que no es una novedad que la ciencia de corriente principal se genera desde el Norte Global y que la lengua franca en el mercado de las ideas científicas y las principales narrativas intelectuales y académicas es el inglés, pero sí vale la pena reactualizar el debate y preguntarse por los cambios y factores que van renovando día a día el estado de este contrato histórico pues, también debe quedar claro, los mecanismos de exclusión y las dinámicas de marginación de los saberes y el conocimiento se refrendan con elementos diferentes en cada etapa de su evolución.

Aunque un tanto más intuido que comprobado como para aventurar una afirmación, lo que sí se puede vislumbrar es que una parte importante de los ejes temáticos y las preocupaciones objetuales que hemos visto aparecer y cambiar a lo largo del último periodo investigado en la revista obedece a la oferta de ediciones temáticas, donde el factor central no es tanto la posibilidad per se de crear y mantener este tipo de emprendimiento, sino, particularmente, de que estas colecciones temáticas

sean propuestas directamente, como proyectos editoriales por parte de colegas académicos de todo el mundo, al comité editorial de CyS.

Si bien el equipo editorial y los comités (editorial y científico) tenemos una idea general de las principales agendas de interés para nuestros lectores y, con base en trabajo analítico de métricas de uso y en el diálogo informal con la comunidad académica de esta y otras áreas, podemos retroalimentar de manera muy positiva las intuiciones y afinar ese “olfato instintivo” que guía muchas decisiones editoriales, las propuestas de “monográficos” y dossiers temáticos, que a fin de cuenta resultan del trabajo empírico en las áreas de especialidad de los proponentes, sacan a la luz de manera natural las preocupaciones y omisiones epistémicas, los puntos ciegos, por decirlo de alguna manera, de los procesos de producción y visibilización rutinizados de un campo de conocimiento.

Así, temáticas o ejes temáticos que en lo individual o lo discreto podían ser vistos como “meras curiosidades” o reverberaciones en la periferia de lo que el sentido común dictaminaría como parte del interés general, cuando han dado lugar a propuestas sistematizadas y basadas en el rastreo de muy acabados estados de la cuestión y mapeos de áreas de silencio, nos han permitido encontrar y ofrecer valiosísimos catálogos de problemas y tratamientos temáticos que, sabemos, han sido de gran utilidad para nuestra comunidad lectora pues se disparan las métricas de descarga y citación.

Con ello de fondo, nada más queda decir que, aunque las periferias y las brechas sigan existiendo como un paisaje estructural en el que hay que intentar medrar, los esfuerzos tales como los que hemos revisado, quieren ser la anticipación de un futuro más horizontal y misceláneo. Igual, y como parte de las circunstancias limitadas de producción de ciencia de las que se han hablado, el enfoque acotado de este trabajo, aunque apenas inicial y por fuerza sintético, al menos permite, creemos, proponer líneas de investigación futuras que incluyan análisis más complejos. Sería, además, muy interesante analizar otras publicaciones del campo en la región iberoamericana e, incluso, otras regiones, y contrastar con lo que se produce y publica en la revista *Comunicación y Sociedad*. Sin duda es un trabajo pendiente y necesario.

Referencias bibliográficas

- Alonso-Arévalo, J., Cordon-García, J. A. & Maltrás Barba, B. (2016). Altmetrics: medición de la influencia de los medios en el impacto social de la investigación. *Cuadernos de Comunicación Multimedia*, 27(1), 75-101. https://doi.org/10.5209/rev_CDMU.2016.v27.n1.52870
- Arroyave, J. (2023). Develando las razones del diálogo asimétrico. Explorando la exclusión en el campo de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, e8719. <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8719>
- Artigas, W. & Guallar, J. (2022). Curación de contenidos científicos en medios sociales de revistas Iberoamericanas de Comunicación. *Revista de Comunicación*, 21(2), 15-32. <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A1>
- Castillo-Esparcia, A., Rubio-Moraga, A. & Almansa-Martínez, A. (2012). La investigación en Comunicación. Análisis bibliométrico de las revistas de mayor impacto del ISI. *Revista Latina de Comunicación Social*, 67, 248-270. <https://doi.org/10.4185/RLCS-067-955-248-270>
- Craig, R. T. (1999). Communication Theory as a Field. *Communication Theory*, 9, 119-161. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x>
- De-Filippo, D. (2013). La producción científica española en comunicación en WOS. Las revistas indexadas en SSCI (2007-12). *Comunicar*, 41, 25-34. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-02>
- De Solla Price, D. (1973). *Hacia una ciencia de la ciencia*. Ariel.
- Escribà-Sales, E. & Cortiñas, S. (2013). La internacionalización y las coautoría en las principales revistas científicas de Comunicación en España. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, XXX(41), 35-44. <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-03>
- Fuentes, R. (2004). *Comunicación y Sociedad: aportes y sesgos en el campo académico de la comunicación en México*. *Comunicación y Sociedad*, 1, 7-28. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i1.4230>
- Ford, A. (2005). *Resto del mundo*. Norma.
- Gómez-Rodríguez, G., Morrel, A. E. & Gallo-Estrada, C. (2017). A 30 años de *Comunicación y Sociedad*: cambios y permanencias, en el campo académico de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 17-44. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i30.6838>

- Jensen, K. B. (2014). Introducción: La convergencia en las investigaciones sobre medios y comunicación. En K. B. Jensen (Ed.), *La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa* (pp.13-40). Fondo de Cultura Económica.
- López-Ornelas, M. (2010). Estudio cuantitativo de los procesos de comunicación de Revista Latina de Comunicación Social (RLCS). *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 538-552.
- López-Ornelas, M., Osuna Lever, C. & Díaz López, K. M. (2017). Las revistas académicas de comunicación de acceso abierto en México. Retos y vicisitudes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 475-499. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1175>
- Martínez-Nicolás, M. & Carrasco-Campos, A. (2018). La transformación de una comunidad científica. Evolución del patrón de autoría de la investigación española sobre comunicación publicada en revistas especializadas (1990-2014). *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1368-1383. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1311>
- Monterro, A. & Garrido, W. (2021). Panorama actual de las revistas en línea de comunicación indexadas a la base de datos “Latindex”. *Razón y Palabra*, 24(110), 254-281. <https://doi.org/10.26807/rp.v25i110.1746>
- Ortiz, R. (2009). *La supremacía del inglés en las ciencias sociales*. Siglo XXI.
- Pichel, J. (2023, 1 de noviembre). El retorcido negocio de comprar revistas científicas: “Me ofrecieron 300.000 dólares”. *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/tecnologia/ciencia/2023-11-01/negocio-compra-revistas-cientificas_3765552/
- Rodríguez, T. & García, L. (2007). *Veinte años de Comunicación y Sociedad: análisis bibliométrico e índices acumulativos*. Universidad de Guadalajara.
- Rogel-Salazar, R., Santiago-Bautista, I. & Martínez-Domínguez, N. (2017). Revistas científicas latinoamericanas de Comunicación indexadas en WoS, Scopus y bases de datos de Acceso Abierto. *Comunicación y Sociedad*, (30), 167-196. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i30.6514>
- Scientificomm. (2022). *Análisis del área de Comunicación en Web of Science. Periodo 2018-2022* [Reporte de diagnóstico inédito].

- Tovar, T. (1997). *Una década de Comunicación y Sociedad. Índice Acumulativo 1987-1997*. Universidad de Guadalajara.
- Xalabarder, R. (2006). Las licencias Creative Commons: ¿una alternativa al *copyright*? *UOC Papers, revista sobre la sociedad del conocimiento*, 2, 4-12. <https://www.uoc.edu/uocpapers/2/dt/esp/xalabarder.pdf>

SEMBLANZAS

Gabriela Gómez-Rodríguez, Universidad de Guadalajara
PhD en Comunicación (Concordia University); Co-coordinadora del Observatorio Iberoamericano sobre la Ficción Televisiva (capítulo México); Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel II. Ha trabajado en las líneas: estudios de periodismo, medios y violencia, ficción televisiva y SVoD, Comunicación de la Ciencia, TV y reality shows, entre otros. Dirige tesis en pregrado y posgrado en la Universidad de Guadalajara. Ha realizado estancias académicas en España y Chile, así como participado en diversos foros nacionales e internacionales como ponente. Participa como docente en programas de la Universidad de Guadalajara.

Rodrigo González-Reyes, Universidad de Guadalajara

Doctor en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Es investigador de tiempo completo en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social (Universidad de Guadalajara) y editor adjunto de la revista *Comunicación y Sociedad*.

Cristina Gallo-Estrada, Universidad de Guadalajara

Licenciada en Comunicación Pública por la Universidad de Guadalajara. Se desempeña como Editora Técnica de la revista *Comunicación y Sociedad*, del Departamento de Estudios de la Comunicación Social, donde colabora desde el año 2013. Ha sido asistente de investigación dentro del mismo departamento. Actualmente cursa la Maestría en Producción Editorial de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos. Ha impartido clases a nivel licenciatura en el área de la comunicación y dictado talleres sobre educación de medios y no discriminación en escuelas primarias y secundarias, así como talleres sobre publicaciones científicas. Ha participado también en proyectos de investigación a nivel seminacional sobre consumo de medios y percepción de contenidos audiovisuales.

Nora López Mascorro, Universidad de Guadalajara

Licenciada en Sociología y egresada de la maestría en Comunicación por la Universidad de Guadalajara, con 11 años de docencia en la Universidad de Guadalajara (UdeG) y en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Ha trabajado como consultora de investigación y análisis dentro del sector público y privado. Sus áreas de especialización son: investigación cuantitativa, análisis estadístico, monitoreo de medios y comunicación política.