

revista

f@ro

Vol. 1. N°23 (I Semestre 2016) – Faro Fractal

Págs. 241-258

Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Playa Ancha

Valparaíso, Chile | e-ISSN 0718-4018

<http://www.revistafaro.cl>

Problemas de la divulgación de las investigaciones en Comunicación en revistas de alto impacto en español

*Problems on the Divuligation of Communication Research
in Journals of High Impact Factor in Spanish*

Dra. Rosalba Mancinas Chávez

Universidad de Sevilla

rmancinas@us.es

Dr. Luis M. Romero-Rodríguez

Universidad de Huelva

lmiguel.rrodriguez@alu.uhu.es

Dr. Ignacio Aguaded

Universidad de Huelva

ignacio@aguaded.es

Recibido: 10 de enero de 2016

Aceptado: 17 de abril de 2016

Resumen • *El presente artículo presenta un panorama reflexivo con respecto a los problemas de divulgación de resultados de investigación en el área de comunicación en español. La idea de partida es que los espacios de divulgación en español no son suficientes y que la presión oficial a los investigadores para que se adapten a las exigencias de producción en revistas de alto impacto no se corresponde con el poco apoyo que reciben este tipo de publicaciones por parte de los órganos oficiales. Las publicaciones de alto impacto en español funcionan con la voluntad de trabajo de equipos de investigación que se proponen sacar adelante un proyecto, no por el impulso institucional. A partir de entrevistas semi-estructuradas a investigadores y a editores de revistas se aborda el tema y se analiza la problemática con el fin de conocer posibles propuestas y alternativas.*

Palabras clave • Investigación en comunicación - revistas de alto impacto - divulgación científica - investigación en español.

Abstract • This article presents a reflective view regarding the problems of dissemination of research results in the area of communication in Spanish. The idea of departure is that the spaces of divulgation in Spanish are not enough and that official pressure to researchers for adapting to the demands of production in high-impact journals does not correspond with the little support that this type of publications receive from official bodies. Publications of high impact in Spanish operate thanks to the will to work of research teams that intend to take forward a project, not by the institutional support. From semi-structured interviews with researchers and journal editors, the subject is addressed and the problem is analyzed to determine possible proposals and alternatives.

Key Words • Communication research - journals of high impact factor - scientific divulgation - research in Spanish.

1. Introducción

La divulgación científica de los resultados de investigaciones que se realizan desde todas las ciencias y ámbitos del conocimiento es fundamental para el crecimiento de cada una de las áreas científicas, sociales y humanísticas. El compartir experiencias, metodologías y resultados de los trabajos de investigación es en esencia un *networking* que permite una mayor profundización de los fenómenos y acontecimientos que se desarrollan en cada uno de los ámbitos de interés científico por lo que, en consecuencia, una investigación sin divulgación es un trabajo que queda encerrado en el contexto mismo de sus propios autores, no «crea ciencia», porque básicamente la ciencia se fundamenta en sus actos divulgativos (Blanco-López, 2004).

La investigación en comunicación, como objeto de estudio relativamente autónomo del resto de las ciencias sociales, es de relativa nueva data en los países iberoamericanos (Álvarez-Nobell & Castillo-Esparcia, 2015), más incluso en España que por el proceso franquista tuvo un desarrollo de la comunicación de masas más lento que el resto de la región (Martínez-

Nicolás, 2009). Aunque se entiende que la comunicación mantiene un objeto propio que abarca un conjunto de problemas cuya debida resolución parte desde su propia especificidad comunicacional, no deja de estar entrelazada a otros enfoques disciplinares, sobre todo dentro de las ciencias sociales, lo que no es óbice para considerarla «ciencia», pues las mismas siempre resultan condicionadas por la concurrencia de una gama de circunstancias y de una epistemología histórica (De-Aguilera, 1998: 6-7) que hace que se relacione obligatoriamente con otras ramas del conocimiento e incluso sea tendiente a borrar los límites materiales entre una u otra disciplina.

Si bien en España el esfuerzo de investigación en comunicación inicia con fuerza desde mediados de la década de los ochenta, no es hasta inicios del milenio cuando paulatinamente se va gestando un «nuevo modelo de cultura universitaria», caracterizado por una dinámica de evaluación constante (Castillo & Carretón, 2010: 290), procesos de acreditación del profesorado, de los programas académicos y de los sistemas de ascenso que dependen de la investigación, la gestión educativa y de la docencia, en ese orden. De hecho, el Real Decreto 1086/1989, de 28 de agosto, estableció por primera vez el incentivo a la actividad investigadora, conocido como «sexenios de investigación», que cambiaría el paradigma de la docencia universitaria como prioritaria en la evaluación docente, ocupando el puesto más importante la producción científica.

A mediados de 2010, en países latinoamericanos como Argentina (CONEAU), Chile (CNA), Colombia (Colciencias, Consejo Nacional de Acreditación) y Ecuador (Senescyt), también comienzan esfuerzos legislativos para adaptar el sistema de evaluación y acreditación del profesorado a través de la divulgación científica, sobre todo en revistas ubicadas en índices de alto impacto (ISI/JCR y Scopus), lo que comienza a generar sobresaturación de espacios y otros problemas colaterales, que se constituyen además como el punto de partida de la presente investigación: ¿Existen suficientes espacios de divulgación de alto factor de impacto en español para las investigaciones de Comunicación de dos continentes? ¿Cuáles son los principales problemas que enfrentan los investigadores de habla hispana a la hora de publicar? ¿Se están

haciendo los esfuerzos necesarios desde las políticas públicas de educación de los países iberoamericanos para promover las revistas científicas emergentes en idioma español? ¿Existe un *dumping* científico impuesto desde grandes casas editoriales inglesas y estadounidenses para mantener este sistema? ¿Se están creando “lagunas” temáticas que excluyen el avance de otras áreas del conocimiento dentro del objeto de estudio de la comunicación? Todas estas cuestiones originan motivan el presente trabajo y sirven de base para el planteamiento que se hace en la metodología.

1.1. El factor de impacto o de prestigio

Antes de definir el significado del factor de impacto, es menester comprender la funcionalidad de la ciencia que está detrás de él: la bibliometría. Ésta es definida por Pritchard (1969) como los métodos estadísticos que definen los procesos de la comunicación escrita y el desarrollo de las disciplinas científicas mediante el recuento y el análisis de las facetas de esa comunicación, es decir, se trata de catalogar la producción científica a través de leyes bibliométrico-estadísticas para medir los resultados de investigación y conocer los ámbitos en los que se desarrollan las temáticas de un campo científico, identificar tendencias de las investigaciones, el grado de conexiones internacionales entre autores o grupos de investigación, los sistemas de citas; en definitiva un conjunto de parámetros que permiten evaluar y valorar un campo de estudio concreto (Castillo & Carretón, 2010: 290).

El factor de impacto es el índice bibliométrico más común para valorar, evaluar y comparar la producción científica de los países (Buela-Casal, 2003). Cada año, Thomson Reuters (antiguo ISI) calcula los impactos – citas– de aquellas publicaciones a las que da seguimiento, las cuales se publican catalogadas en un informe denominado «Journal Citation Reports» (JCR) de la estadounidense Thompson Reuters, con base en un estudio de un período de dos años (Groesser, 2012). Para el caso de publicaciones de comunicación, el *JCR Social Science Citation Index* (SSCI) 2014 reporta 76 revistas, de las cuales solo una (*Comunicar*) se edita en idioma español. Por otra parte, el índice presenta también diversas

revistas cuyo scope o competencia material es diferente al campo de estudio (lenguaje, psicología, sociología, telecomunicaciones, entre otros), lo que aminora el ya de por sí mermado índice material, ergo los espacios posibles para la divulgación en comunicación están infrarrepresentados (Gómez & Bordons, 1996: 22; De-Filippo, 2013: 26-27). Sin embargo, existe una segunda categoría afín con la comunicación, la cual se encuentra dentro del Arts & Humanities Citation Index (también de ISI / Web of Science) denominada «Film, Radio & Television», que contiene 32 revistas, de las cuales 2 se editan en español, 2 en francés, 1 en italiano, 1 en croata y las 26 restantes en inglés.

Aunque a ciencia cierta solo se considera índice de alto impacto a aquellas publicaciones que aparecen en el JCR y al Arts & Humanities Citation Index, algunos baremos de evaluación docente domésticos de Iberoamérica (como el caso de España, Colombia y Ecuador) también amplían la interpretación del mismo a la base de datos Scopus de Elsevier, la cual cubre actualmente más de 16.500 revistas en áreas como ciencias, ciencias sociales, tecnología, medicina, artes y humanidades. En este catálogo, preminentemente representado en SCImago Journal & Country Rank 2014 (SJR 2014), se presentan también dos categorías del objeto de estudio de la comunicación, el primero «Communication», con 240 revistas indexadas en cuatro cuartiles de agrupación por factor de impacto de las cuales 17 aceptan trabajos en idioma español (5 de ellas son brasileñas y se editan en portugués, pero aceptan trabajos en español) y, el segundo «Visual Arts & Performing Arts» con 388 revistas catalogadas, de las que solo 19 se editan en español y ninguna de éstas pertenece a campos afines a la comunicación.

A pesar del panorama descrito en los párrafos anteriores y del evidente predominio del idioma inglés en las publicaciones de alto impacto, podemos afirmar que la evolución de la presencia de revistas en español en SJR es positiva, en 2010 aparecían tan solo dos revistas en el segundo y tercer cuartil; en 2011 entraron otras cuatro revistas en el ranking y se posicionaron mejor las que ya estaban, totalizando seis publicaciones en nuestro idioma; en 2012 existían ya nueve revistas en español en el listado; en 2013 de las 232 revistas del listado 10 eran en español; en 2014 llegan a

Problemas de la divulgación de las investigaciones en Comunicación en revistas de alto impacto en español

completar la docena y se percibe además la entrada de revistas procedentes de Latinoamérica, tales como *Palabra Clave*, de Colombia y *Cuadernos.info*, de Chile.

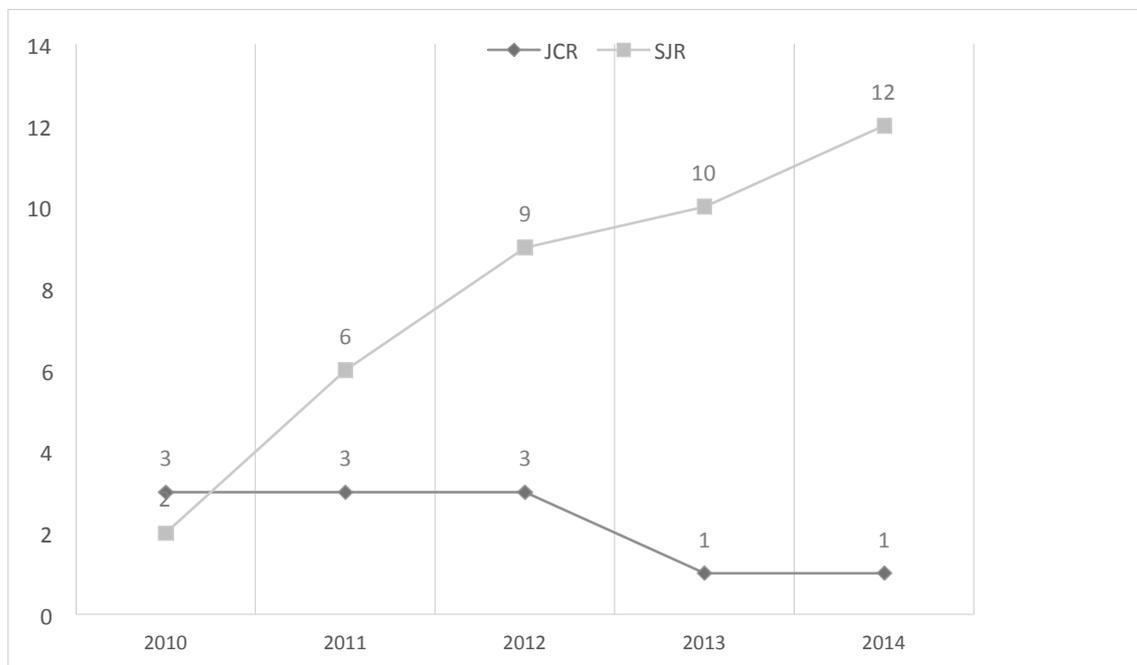


Gráfico 1 Evolución de las revistas en Comunicación en JCR y SJR 2010-2014

En definitiva, aunque se denota con claridad el ascenso de las publicaciones en español dentro del precitado índice, actualmente se parte de la concepción que el universo de divulgación en español de revistas de alto impacto se reduce a 14 publicaciones, si consideramos el SJR 2014 de Scopus dentro de esta categoría y vinculamos al resultado aquellas revistas del Arts & Humanities Citation Index. Esta situación plantea la justificación idónea para realizar un análisis crítico-reflexivo sobre el devenir de la investigación en nuestro idioma, así como los problemas colaterales que se pueden generar por la popularización en Latinoamérica del sistema de evaluación docente a través de la divulgación científica en revistas de alto impacto, sobre todo sin que prele una formación al profesorado en materia de investigación científica.

2. Materiales y método

El presente estudio no pretende realizar un análisis bibliométrico sobre las tendencias de divulgación científica de la comunicación, sino que partirá de un estudio cuanti-cualitativo a partir de la aplicación de entrevistas en

profundidad semiestructuradas a investigadores noveles y experimentados y a editores de revistas de comunicación en español indexadas en los índices de alto impacto en referencia (JCR/SJR), con el objeto de generar un análisis reflexivo sobre los principales problemas que mantiene la divulgación científica de comunicación en nuestro idioma y ofrecer una serie de recomendaciones para enfrentar los problemas, si los hubiere.

Como objetivo principal se plantea analizar los problemas que se presentan a autores y editores de la materia para la divulgación científica de investigaciones en comunicación en español. Para ello, se determinan los siguientes objetivos específicos:

1. Precisar las principales dificultades de los autores en comunicación para la divulgación de sus investigaciones en revistas pertenecientes a índices de alto impacto (JCR/SJR).
2. Identificar, por parte de los editores de revistas de alto impacto (JCR/SJR), los principales problemas que presentan las contribuciones de los autores iberoamericanos.
3. Profundizar en la reflexión crítica sobre el futuro de la divulgación científica de las investigaciones en comunicación en español.

El método cuanti-cualitativo escogido, bajo la estrategia de la entrevista en profundidad semiestructurada, se entiende idóneo por tres motivos *sui generis* que clasifican este tipo de investigaciones (Corbetta, 2007): El primero sería por la singularidad de las situaciones y enfoques muy distintos entre sí –la visión del investigador novel, experimentado y el editor–, que impide la formulación exacta de una serie posible de respuestas ante la realización de la entrevista. La segunda razón se hace por la propia complejidad de las dimensiones a analizar, cuyas respuestas resultan totalmente imprevisibles y difíciles de sintetizar en pocas palabras. Y, en tercer lugar, la elección de este método se hace por la diferencia cultural de los entrevistados, ya que se realizará a investigadores de distintos países iberoamericanos, cuyo enfoque, visión y dificultades pueden variar con respecto a su propia realidad nacional o código regional.

Para realizar el estudio, se optó por tomar una muestra no-aleatoria ni representativa estadísticamente de cinco investigadores en materia de comunicación de ocho países iberoamericanos: Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Perú y Venezuela, consiguiendo una muestra total de 40 entrevistados. En el caso de los editores de revistas de divulgación científica de comunicación en español, se realizaron 5 entrevistas, lo que representa 26,32% del total del universo de editores en análisis. Dichas entrevistas, la primera al grupo de 40 investigadores¹ y la segunda a los 5 editores², fueron realizadas a través de dos formularios estructurados del sistema digital especializado Survey Monkey®, en el lapso comprendido entre el 7 y el 17 de diciembre de 2015.

Se parte de la hipótesis general de que no existen suficientes espacios de divulgación en revistas de alto impacto para las investigaciones de comunicación en español de 20 países cuyo idioma oficial *de facto* o *de iure* es el español, por lo que las revistas científicas de alto impacto en la materia se encuentran sobrecargadas, lo que impacta en la tasa de rechazos de contribuciones científicas. Además, se prevé que no existe suficiente formación en materia de investigación científica en comunicación ni políticas públicas encaminadas a promover con amplitud y suficiencia las publicaciones nacionales en materia de comunicación. Como tercera hipótesis se parte de la convicción de que el limitado número de revistas en índices de alto impacto (JCR/SJR) está creando “lagunas” temáticas que excluyen el avance de otras áreas internas de la comunicación, así como que se privilegia la metodología cuantitativa frente a las cualitativas.

3. Resultados

Los resultados de las entrevistas se presentan en tres partes, primero desglosamos las respuestas de los investigadores, luego las de los editores

¹ El formulario de encuesta para los investigadores puede consultarse a través del siguiente enlace: <https://www.surveymonkey.com/r/738GKD6>.

² El formulario de encuesta para los editores puede consultarse a través del siguiente enlace: <https://www.surveymonkey.com/r/S8DPW6C>.

y finalmente hacemos un análisis de las convergencias y divergencias que nos permite establecer la discusión y las conclusiones.

3.1. Investigadores

3.1.1. Publicar en revistas de comunicación con alto factor de impacto

Del total de 40 investigadores entrevistados, 17 (42,50%) respondieron que cuando deciden publicar lo hacen en revistas de alto impacto (JCR/SJR) 5 (12,50%) respondieron que no, mientras que 14 (35%) aseguraron que dependía de la temática del manuscrito. Los 4 investigadores restantes no sabían de qué se trataban las revistas de alto índice de impacto.

Profundizando en las razones de la decisión, quienes respondieron que sí buscaban siempre publicar en revistas de alto impacto argumentaban que es necesario por los sistemas de acreditación del profesorado de cada uno de sus países o por el sistema de ascenso propio del profesorado dentro de sus universidades y centros de investigación. En segundo lugar, se repitió en 4 ocasiones que preferían hacerlo en revistas de alto impacto, pues garantizaban mayor alcance y citas.

Por su parte, quienes respondieron que no (5 investigadores), justificaban esa decisión en que no era exigencia de sus sistemas de calificación docente de sus países o de sus universidades, por lo que mostraban preferencia en hacerlo en revistas de su ámbito territorial o aquellas de donde recibieran invitación.

Aquellos investigadores que manifestaron que la decisión dependía de la naturaleza del artículo (14), explicaron que tomaban en consideración la tasa de rechazos de las revistas, el tema, la metodología y los resultados de investigación, así como la "universalidad" del asunto tratado, pues consideraban que aquellos artículos muy regionalistas o muy especializados en áreas que no son de interés común, tienen quizás mayor cabida en revistas concisas que no necesariamente pertenecen a índices de alto impacto.

3.1.2. Suficiencia de espacios de divulgación científica JCR/SJR de comunicación en español

En relación con la cantidad de revistas de divulgación científica de comunicación en español, 25 investigadores (62,50%) indicaron que su número es insuficiente, frente a 1 solo investigador (2,50%) que consideró que la cantidad es idónea. Por su parte, 8 de los 40 investigadores encuestados respondían que el número dependía de tomar o no los índices de forma cerrada (*Communication*), para lo cual el número sí es escaso, mientras que si se consideraban otras áreas de las ciencias sociales conexas como Sociología, Lingüística, Psicología, Educación, entre otras; en las cuales se pueden publicar estudios relativos a la comunicación, la cantidad sí se tornaba suficiente.

3.1.3. Opiniones sobre las razones de los rechazos

El 55% de los investigadores entrevistados (22), aseguraron que en promedio suelen rechazarle los artículos el Consejo Editorial (no árbitros) de 1 a 3 ocasiones, mientras que 17,5% (7) aseveran que son rechazados en más de 4 ocasiones en promedio. Tan solo 10% (4) respondieron que sus artículos eran aprobados al primer intento en promedio, mientras que el restante 17,5% (7) prefirieron no contestar.

Con respecto a las justificaciones que suelen dar los editores para notificar los rechazos, la razón más común que alegan los investigadores entrevistados y que se repite en 21 oportunidades es por no adaptarse el manuscrito a la temática de la revista y la falta de rigor metodológico. La segunda razón más común con 8 apariciones es porque los investigadores consideran que las alegaciones de los editores no se relacionan en nada con el manuscrito, sino porque las revistas están sobresaturadas y suelen tener preparadas respuestas automáticas para no someter a consideración de los árbitros los artículos. En cuanto a la tercera razón más común, con una frecuencia de 6, se encuentra que los consejos editoriales de las revistas de divulgación científica de comunicación en español suelen hacer valoraciones subjetivas a los artículos en función de las relaciones personales con los autores o en función de la cantidad de citas que puede generar un artículo para mantenerlas o elevarlas en el factor de impacto.

3.1.4. Burbujas y limitaciones temáticas

Las «burbujas» o «lagunas» temáticas se refieren a aquel fenómeno en el cual un área específica del ámbito de estudio toma mayor relevancia y frecuencia en los artículos científicos sobre otras áreas que quedan excluidas o relegadas. En este sentido, 21 de los 40 investigadores entrevistados (52,50%) coinciden en que sí existen limitaciones materiales en la divulgación científica de la comunicación en español, mayormente de temáticas como la Educomunicación, TIC, redes sociales y la comunicación de la salud; mientras que tópicos como historia de los medios, comunicación corporativa, relaciones públicas e incluso periodismo, no tienen cabida en este tipo de revistas.

3.1.5. Prioridades metodológicas en la divulgación científica

El 70% (28) de los investigadores entrevistados concuerdan en que las revistas en referencia priorizan aquellos artículos con metodologías cuantitativas sobre aquellos que se realizan a través de metodologías cualitativas, mientras que solo 4 entrevistados consideran que no existen disparidades a la hora de dar entrada a artículos de cualquier tipo de metodología.

3.1.6. Equidad entre la divulgación de otras disciplinas y la comunicación

La mitad (20) de los investigadores objeto del presente análisis consideran que las revistas de otras ramas de las ciencias sociales (Sociología, Lingüística, Educación, etc.), rechazan aquellos artículos que sean de temáticas de comunicación, mientras que en las revistas científicas de alto impacto (JCR/SJR) de comunicación en español sí se les da cabida a artículos de otras disciplinas de las ciencias sociales. Por su parte, la otra mitad de los investigadores encuestados (20) se dividen equitativamente entre los que consideran que no hay una falta de equidad entre las disciplinas (10) y quienes prefirieron no contestar (10).

Entre las razones que aducen quienes opinan que existe una ausencia de equidad entre los alcances temáticos, se encuentra que la mayoría de las

revistas de comunicación son dirigidas por profesionales de otras ciencias como la educación, la sociología o la psicología, así como también que existe un desborde epistemológico de la comunicación en su transversalidad con otras disciplinas, lo cual no sucede al contrario. También coincidieron varios investigadores en opinar que la comunicación no tiene un método propio, por lo que se nutre de métodos cuantitativos y formulaciones metodológicas que no son del campo.

3.1.7. Formación de investigadores en comunicación

El 77,5% (31) de los investigadores coinciden en que existe una ausencia de formación de investigadores en comunicación. La mayoría de ellos opinó que la carencia está ubicada en metodologías cuantitativas, estadística, instrumentos de análisis y fiabilidad de encuestas, mientras que otro grupo menos amplio consideró que las fallas se encuentran en la redacción científica y en una aproximación a los temas de análisis.

3.2. Editores

3.2.1 Suficiencia de espacios de divulgación científica JCR/SJR de comunicación en español

Cuatro de los cinco editores entrevistados aseguraron que la cantidad de revistas para la divulgación científica de comunicación en español son insuficientes, si bien aquí se abre un interesante debate entre la calidad y la cantidad. Los editores coincidieron además en que las exigencias de acreditación del profesorado en Latinoamérica y España hacen que las pocas revistas que existen en índices de alto impacto de comunicación estén sobrecargadas de solicitudes, lo que aumenta el índice de rechazo. Sin embargo consideran que no están más colapsadas que otras revistas de ciencias sociales en español.

3.2.2. Tasa promedio de rechazos y razones más comunes

El 60% de los editores (3), aseguraron que la tasa de rechazo de los manuscritos que reciben es mayor a 60%, pero menor de 79%, mientras que el restante 40% (2), es menor a 60%.

Sobre las razones de rechazo, los editores contestaron que fundamentalmente era por encontrarse el manuscrito fuera de la temática material de la revista o la edición, el incumplimiento de los requerimientos formales y las normas de autores, ausencia de metodología, investigaciones poco originales y problemas generales de redacción científica.

3.2.3. Causas del insuficiente número de revistas de divulgación científica de alto impacto de comunicación en español

Al ser cuestionados sobre las razones por las que consideran que existe un insuficiente número de publicaciones de comunicación en español en los índices JCR/SJR, la respuesta que aparece con mayor frecuencia es la ausencia de apoyo institucional, tanto de las Universidades como de las políticas públicas sobre la divulgación científica. De esta manera, los editores creen que el apoyo institucional coadyuvaría a los esfuerzos de difusión internacional por la traducción de los artículos al inglés y las ediciones en varios idiomas.

Tres de los cinco investigadores aseguraron que sus revistas no cuentan con suficiente apoyo institucional, mientras 1 respondió que sí existe, pero solo de parte de la Universidad.

3.2.4. Formación de los investigadores en comunicación

Con respecto a la evaluación que hacen los editores sobre la formación de investigación en comunicación de los investigadores de habla hispana, 3 de los 5 editores consideraron que es muy insuficiente y que debe fortalecerse la capacidad de generación de contenidos académicos. Consideraron además que las carencias de los investigadores son múltiples y van desde la revisión y lectura de material académico de calidad hasta la redacción científica y la formación en metodologías.

3.2.5. Prioridades metodológicas en la divulgación científica

En relación a los tipos de enfoques metodológicos, 3 de los 5 editores entrevistados consideraron que sus revistas no priorizan aquellas

investigaciones cuantitativas sobre las cualitativas, mientras que uno de ellos contestó que efectivamente da mayor valor a las investigaciones cuantitativas pues considera a las cualitativas subjetivas y de hipótesis indemostrables.

3.2.6. Burbujas y limitaciones temáticas

Sobre las limitaciones temáticas, 3 de los 5 editores aseguraron que no existe discriminación de algunos temas sobre otros, mientras que los dos restantes consideraron que existe una discriminación que prioriza algunos ejes temáticos, sobre todo aquellos que tienen relación con el entorno digital, que aparecen sobrerrepresentados.

3.3. Coincidencias y divergencias

Como avanzamos en la introducción del trabajo, pudimos comprobar con las respuestas de los investigadores la tendencia a buscar publicaciones en revistas de alto impacto por exigencia de promoción en sus respectivas instituciones y por conseguir visibilidad de sus trabajos que conlleva una mayor cantidad de citas.

Uno de los principales problemas que consideramos al inicio de la investigación como prioritario en la divulgación de resultados en español era la falta de espacios en nuestro idioma, pues como hemos dicho solo una revista de comunicación en español aparece en el índice JCR y 12 en SJR. Ante esta cuestión, editores e investigadores coinciden en que son insuficientes, tomando en cuenta que una parte de los investigadores apunta que serían suficientes si tomamos en cuenta también las revistas de campos afines, no específicos. Los editores, por su parte señalan como causa fundamental la falta de apoyos institucionales como una de las causas.

En la cuestión de los rechazos también encontramos coincidencia entre las posturas de investigadores y editores. Ambos apuntan la falta de rigor metodológico como una de las razones principales, aunque los editores agregan también algo tan fundamental como la falta de requerimientos formales y problemas de redacción científica, además de investigaciones poco originales.

Respecto a las lagunas temáticas, la mayoría de los investigadores encuentran que hay unas áreas más aceptadas que otras, mientras que los editores no están de acuerdo, la mayoría opina que no hay discriminación y sólo uno acepta la sobrerrepresentación de trabajos vinculados al entorno digital.

El punto que más divergencia plantea es la metodología. El 70% de los investigadores considera que las revistas de alto impacto dan prioridad a los estudios derivados de una metodología cuantitativa mientras que sólo un editor acepta abiertamente dar más valor a este tipo de estudios por considerar que la metodología cualitativa es subjetiva y presenta hipótesis indemostrables.

Finalmente encontramos una gran coincidencia también en la falta de formación para la divulgación científica en comunicación. Casi el 80% de los investigadores coincide en esta ausencia de formación, mientras que los editores puntualizan además en la necesidad de formar a los investigadores en redacción científica y metodología.

4. Conclusiones

Con los resultados de la investigación podemos comprobar que, efectivamente, tal y como apuntábamos en la hipótesis de trabajo, los espacios de divulgación de resultados de la investigación en español en el área de comunicación son insuficientes. Si los espacios en comunicación resultan insuficientes y las exigencias por parte de los órganos oficiales son cada vez mayores, los investigadores se ven obligados a publicar en inglés, lo cual es lógico para pertenecer a la comunidad científica internacional pero resulta cuestionable en un idioma que es de lo más extendidos en el planeta como es el español.

El principal problema que detectamos para los investigadores en comunicación es la falta de formación en metodologías específicas para el área, de manera que muchos trabajos de otras áreas tienen cabida en revistas de comunicación mientras que los trabajos de comunicación son rechazados en revistas de otras áreas con la falta de rigor metodológico como una de las causas principales.

Las lagunas temáticas y la prioridad de la metodología cuantitativa frente a la cualitativa son los dos grandes asuntos que quedan pendientes por comprobar. En esta investigación los entrevistados no coinciden en la percepción, lo cual nos plantea un nuevo reto que servirá de fundamento para una investigación posterior: hacer un análisis de contenidos publicados en las revistas en español de alto impacto para comprobar si existen esas lagunas temáticas que señalan los investigadores y no están de acuerdo los editores y si se priorizan los estudios cuantitativos frente a los cualitativos, como también consideran los investigadores y no están de acuerdo los editores.

Referencias Bibliográficas

Álvarez-Nobell, A. & Castillo-Esparcia, A. (2015), Autores en revistas latinoamericanas de mayor impacto en comunicación. *Opción*, 31, 3, 70-90. <http://goo.gl/j8vLih>

Blanco-López, A. (2004). Relaciones entre la educación científica y la divulgación de la ciencia. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*, 1, 2, 70-86.

Buela-Casal, G. (2003). Evaluación de la calidad de los artículos y de las revistas científicas: Propuesta del factor de impacto ponderado y de un índice de calidad. *Psicothema*, 15(1), 23-35.

Castillo, A., & Carretón, M.C. (2010). Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España. *Comunicación & Sociedad*, XXIII(2), 289-327.

Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw Hill.

De-Aguilera, M. (1998). La investigación sobre comunicación en España: Una visión panorámica. *Comunicación y Cultura*, 4, 5-11.

De-Fillippo, D. (2013). La producción científica española en Comunicación en WOS. Las revistas indexadas en SSCI (2007-12). *Comunicar*, 41, 25-34
DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-02>.

Delgado-López-Cózar, E. & Repiso-Caballero, R. (2013). El impacto de las revistas de comunicación: comparando Google Scholar Metrics, Web of Science y Scopus, *Comunicar*, 41. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-04>.

Gómez, I., & Bordons, M. (1996). Limitaciones en el uso de los indicadores bibliométricos para la evaluación científica. *Política Científica*, 46, 21-26.

Groesser, S.N. (2012). Dynamics of Journal Impact Factors. *Systems Research and Behavioral Science* 29(6), 624. doi:10.1002/sres.2142

Martínez-Nicolás, M. (2009). La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales", *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, doi: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-840-01-14>.

Pineda de Alcázar, Migdalia. (2006). La investigación de la comunicación en América Latina: Evaluación del estado de la cuestión. *Opción*, 22 (50), 142-158. <http://goo.gl/lj6t59>.

Prichard, A. (1969). Statistical Bibliography or Bibliometrics? *Journal of Documentation*, 25(4), 348-349.

Reig, R. (2014). La investigación dependiente: crítica estructural al sistema JCR, *Ámbitos*, 27. <http://goo.gl/QdmUqd>.

Problemas de la divulgación de las investigaciones en
Comunicación en revistas de alto impacto en español