

Análisis de citación, co-citación y co-palabras sobre los medios de comunicación pública y ecosistema digital

Citation, co-citation and co-word analysis on public media and digital ecosystem

Luis Antonio López Fraile

Universidad Europea de Madrid. España.

luis.lopez@universidadeuropea.es



Eva Jiménez García

Universidad Europea de Madrid. España.

eva.jimenez@universidadeuropea.es



Miguel Ángel Alonso Guisande

Universidad Europea de Madrid. España.

miguelangel.alonso@universidadeuropea.es



Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

López-Fraile, L. A., Jiménez-García, E. y Alonso-Guisande, M. A. (2023). Análisis de citación, co-citación y co-palabras sobre los medios de comunicación pública y ecosistema digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 01-24. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2024-1979>

Recibido: 19/01/2023

Aceptado: 08/05/2023

Publicado: 27/06/2023

RESUMEN

Introducción: Este trabajo examina la producción científica relacionada con los medios de comunicación públicos en el mundo digital, debido al aumento de la última década. **Metodología:** Se seleccionan 292 referencias indexadas en *Web of Science* entre 2012-2022 y se realiza un análisis bibliométrico de citación, co-citación y co-palabras de la investigación científica sobre el tema. **Resultados:** El análisis de citación determina que los países con mayor número de citas sobre el tema son Bélgica, Estados Unidos, Inglaterra y Austria; la fuente con mayor número de citas es *Journalism Studies*; los documentos más citados son los de Van Dijck y Poell, (2015) y Aalberg *et al.* (2013) y los autores más citados son *Shanto Iyengar* y *Hilde Van den Bulck*. Según el

análisis de co-citaciones, los trabajos más mencionados son los de Bardoel, (2003), Hallin y Mancini (2004) y Brevini, B. (2013), y los autores más citados son Hallin, D. C., Van den Bulck, H. y Benson, R. En ambos casos, los agrupamientos temáticos son: servicios de televisión pública, medios de comunicación y política e influencia de los medios de comunicación en la opinión pública. En cuanto a la co-citación de fuentes, destacan *Media, Culture & Society*; *Journal of Communication* y *Revista Latina de Comunicación Social*, entre otras. El análisis de co-palabras muestra las principales temáticas de investigación: comunicación de noticias, comunicación de masas, periodismo europeo y periodismo global. **Discusión y conclusiones:** Este estudio permite identificar las principales tendencias y fundamentos teóricos del campo estudiado, así como detectar las tendencias emergentes.

Palabras clave: Medios de comunicación públicos; Medios de servicio público; Ecosistema digital; Análisis bibliométrico; Análisis de citas; Análisis de co-citación; Análisis de co-palabras.

ABSTRACT

Introduction: This paper examines the scientific production related to the public media in digital world, due to the increase in the last decade. **Methodology:** 292 indexed references in Web of Science between 2012-2022 are selected, carrying out a bibliometric analysis of citation, co-citation and co-words of scientific research on the subject. **Results:** The aforementioned analysis determines that the countries with the highest number of citations on the subject are Belgium, the United States, England and Austria; the source with the highest number of citations is *Journalism Studies*; the most cited documents are those of Van Dijck and Poell, (2015) and Aalberg et al. (2013); concerning authors, the most cited are *Shanto Iyengar* and *Hilde Van den Bulck*. Concerning the analysis of co-citations, the most mentioned papers are Bardoel, (2003), Hallin y Mancini (2004) and Brevini, B. (2013), and the most cited authors are Hallin, D. C., Van den Bulck, H. and Benson, R. In both cases, the thematic groupings are: public television services, media and politics and influence of the media on public opinion. Regarding the co-citation of sources, *Media, Culture & Society*; *Journal of Communication* and *Revista Latina de Comunicación Social*, among others. The analysis of co-words shows the main research subjects: news communication, mass communication, European journalism and global journalism. **Discussion and conclusions:** This paper makes it possible the identification of the main trends and theoretical fundamentals in the studied field, as well as to detect emerging trends.

Keywords: Public media; Public service media; Digital ecosystem; Bibliometric analysis; Citation analysis; Co-citation analysis; Co-word analysis.

1. Introducción

Los medios de comunicación públicos en la era digital tienen como objetivo principal proporcionar información de interés público y promover la diversidad y pluralidad de voces en el espacio público. Estos medios buscan cumplir una función social y democrática, asegurando la participación ciudadana en la toma de decisiones y contribuyendo a construir una sociedad más informada y crítica (del-Rosario-González, 2019).

La era digital ha transformado la forma en que accedemos y consumimos contenido de los medios de comunicación, lo que ha obligado a los medios públicos a ser innovadores y a estar dispuestos a adaptarse a los cambios. Un ejemplo de estos cambios es el aumento del uso de dispositivos móviles y de las redes sociales, lo que ha generado una mayor demanda de contenido digital (Prasetya y Murata, 2020).

Otro aspecto crucial, en el que entorno digital actual ha impactado, es la política en los medios de comunicación públicos digitales, poniéndose el foco en polarización política en la esfera digital (Yarchi *et al.*, 2021). Por otro lado, los medios de comunicación públicos también tienen un papel importante en la formación de la opinión pública en el entorno digital, pero deben adaptarse a los cambios en los patrones de consumo de información y trabajar para involucrar a su audiencia en el diálogo (de-Dios *et al.*, 2020).

Por los motivos mencionados anteriormente, la importancia de estudiar los medios de comunicación públicos en el entorno digital es cada vez mayor, lo que ha propiciado un gran número de investigaciones en este campo

(Casado *et al.*, 2022; Donders, 2019, entre otros). Precisamente, y debido al crecimiento de publicaciones, surge este análisis bibliométrico que permite unificar los descubrimientos atendiendo al país, a las referencias, revistas, autores, así como a los términos más recurrentes. El análisis bibliométrico se enfoca en la última década (2012-2022) para garantizar la actualidad y precisión de la producción científica, contextualizando históricamente los cambios tecnológicos y sociales que han transformado la forma en que los medios de comunicación públicos operan en el ecosistema digital.

El análisis bibliométrico es una técnica estadística utilizada para evaluar la producción científica. Se basa en el uso de datos bibliográficos, como el número de citas, las publicaciones y las colaboraciones entre autores, para medir la importancia y el impacto de un trabajo o de un autor en un campo específico. Para ello, se llevan a cabo análisis de citación, análisis de co-citación de referencias, fuentes y autores, así como análisis de co-palabras. Este análisis ayuda a entender cómo diferentes fuentes y autores están relacionados entre sí y a identificar las publicaciones y autores más influyentes en lo que concierne a los medios de comunicación públicos y al ecosistema digital, así como los principales términos utilizados en investigaciones sobre el tema. A diferencia de los otros métodos de revisión bibliográfica, los análisis bibliométricos son más objetivos, precisos y rigurosos (Zupic y Čater, 2015).

La evaluación de las tendencias y temas emergentes en la literatura a través del uso de técnicas bibliométricas es esencial para entender el estado actual de un campo específico, especialmente en el área de la comunicación, donde la mayoría de los análisis bibliométricos se enfocan en el tema de redes sociales (Quevedo-Redondo *et al.*, 2022; Rejeb *et al.*, 2022), de la desinformación y *fake news* en las redes sociales (Pari *et al.*, 2022), de las series de televisión (Gutiérrez-González y González, 2021), de aspectos relacionados con el consumidor (Shu y Liu, 2021), de relaciones públicas (Demir *et al.*, 2020; Morehouse y Saffer, 2018) e incluso sobre las revistas de comunicación (Castillo *et al.*, 2012; Rogel-Salazar *et al.*, 2017). Sin embargo, existen pocos estudios que realicen un análisis bibliométrico global sobre los medios de comunicación públicos y la digitalización, a pesar de que el tema es relevante. Por ejemplo, una revisión bibliométrica reciente realizada por Gutiérrez-González y González (2021) se enfocó exclusivamente en la televisión pública.

En consecuencia, el presente estudio se distingue por abarcar un análisis bibliométrico global de los medios de comunicación públicos y el ecosistema digital, siendo esta una perspectiva poco abordada en la investigación actual.

2. Metodología

La metodología del análisis bibliométrico que se llevará a cabo en este estudio se basa en las fases propuestas por Velt *et al.* (2020), garantizando así un proceso sistemático y riguroso. Estas fases son:

- (1) Formulación de los objetivos de investigación.
- (2) Identificación de los datos relevantes a través de bases de datos bibliográficas y buscadores web.
- (3) Selección de los datos, mediante el uso de criterios específicos para determinar la relevancia y validez de los datos recolectados.
- (4) Confirmación de los datos, a través de la revisión y verificación de la información seleccionada.
- (5) Análisis de datos, mediante el uso de técnicas estadísticas y herramientas informáticas para interpretar y presentar los resultados.

2.1. Formulación de los objetivos de investigación

Existen varios estudios que se centran en los medios de comunicación públicos, pero en este trabajo se busca enfatizar en su adaptación al entorno digital. Con este objetivo, el principal propósito de este estudio es llevar a cabo un análisis bibliométrico de la producción científica relacionada con los medios de comunicación públicos en el contexto actual del ecosistema digital.

Entre los objetivos específicos destacan:

- Analizar la productividad cronológica de los estudios sobre medios de comunicación públicos y el ecosistema digital en la última década (2012-2022).
- Evaluar la producción científica en función del país de publicación, la revista, el autor y las citas recibidas, para entender la distribución geográfica y la calidad de la investigación sobre medios de comunicación públicos y el ecosistema digital.
- Identificar las relaciones y agrupaciones entre publicaciones, fuentes y autores en el campo de los medios de comunicación públicos y el ecosistema digital a través del análisis de co-citación, para determinar las publicaciones, fuentes y autores más influyentes en este campo.
- Establecer las palabras clave más utilizadas y sus agrupaciones en la investigación mediante el análisis de co-palabras, para identificar los términos principales y las tendencias en el campo de los medios de comunicación públicos y el ecosistema digital.

"El estudio también se enfoca en el impacto de la cobertura de noticias, en el interés y el conocimiento del público sobre asuntos internacionales"

2.2. Formulación de los objetivos de investigación

En esta fase se selecciona la base de datos de donde se van a extraer las producciones científicas y se muestra la estrategia de búsqueda utilizada, así como los criterios de elegibilidad.

Para el análisis bibliométrico se ha seleccionado la base de datos *Web of Science* (WoS) debido a su prestigio y reconocimiento a nivel nacional e internacional en el ámbito científico. La estrategia de búsqueda utilizada combina descriptores con operadores booleanos y truncamientos para garantizar una búsqueda eficiente y exhaustiva de las contribuciones científicas relevantes. Esta frase de búsqueda se muestra en la tabla 1 y puede ser replicada por otros investigadores. Los criterios de elegibilidad se establecieron previamente para garantizar que los estudios seleccionados cumplan con los objetivos de investigación.

Tabla 1. Frase de búsqueda.

Base de datos	Frase de búsqueda	Filtro
Web of Science	"public media" OR "public broadcasting" OR "public service media" AND (digital* OR "ecosystem digital*")	TS= Topics en título, resumen, palabras clave del autor y KeyWords Plus

Fuente: Elaboración propia.

Esta frase de búsqueda nos ha permitido encontrar estudios que versen sobre los medios públicos y su relación con el ecosistema digital. Para la correcta identificación de los artículos se han utilizado los siguientes operadores booleanos:

- El operador OR se usa para indicar que se deben buscar documentos que contengan al menos uno de los términos especificados. Por ejemplo, "public media" OR "public broadcasting" OR "public service media" significa que se buscarán documentos que contengan al menos uno de los tres términos.
- El signo * se usa para buscar palabras con prefijos, por ejemplo, si ponemos digital*, buscará palabras que contengan el prefijo digital, como *digitalization*, *digital transformation*, *digital media*, etc.
- El operador AND se usa para indicar que se deben buscar documentos que contengan todos los términos especificados. En nuestro caso, buscará documentos que contengan al menos uno de los términos

"public media", "public broadcasting" o "public service media" y al menos uno de los términos "digital" o "ecosystem digital".

En la primera fase de identificación de los estudios, mediante la frase de búsqueda utilizada, se recolectaron un total de 1522 artículos indexados en la base de datos *Web of Science*. En la tabla 2, se establecen los criterios de elegibilidad para determinar qué estudios deben ser incluidos o excluidos en el análisis.

Tabla 2. Criterios de inclusión y exclusión.

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Base de datos: Web of Science Fecha de búsqueda: diciembre 2022	
(1) Artículos publicados entre el año 2012 y el año 2022.	(1) Artículos publicados antes del año 2012.
(2) Artículos de investigación publicados en revistas científicas.	(2) Estudios que no son artículos de investigación publicados en revistas científicas (tesis doctorales, libros, congresos...).
(3) Área de investigación: Communication or Film Radio Television.	(3) Área de investigación diferente a Communication or Film Radio Television.

Fuente: Elaboración propia.

A través del filtrado, 454 artículos fueron excluidos del análisis ya que habían sido publicados antes del año 2012. Además, se identificaron 271 estudios que no eran artículos de investigación publicados en revistas científicas y 535 estudios que no se correspondían con el área de investigación específica (Communication or Film Radio Television).

2.3. Selección y confirmación de los datos

Después del filtrado anterior, se llevó a cabo una revisión de los 292 estudios incluidos. Se revisaron los títulos, palabras clave y, en caso de ser necesario, el resumen para asegurar que se corresponden con la frase de búsqueda especificada o con tema tratado. Una vez confirmado que los 292 artículos se incluyen en el análisis bibliométrico, se realizó una limpieza manual de la base de datos (iniciales de los autores, nombre completo de las revistas, etc.) para garantizar la precisión y consistencia de los datos, aumentando así la fiabilidad del estudio.

2.4. Análisis de los datos

El análisis bibliométrico llevado a cabo se centra en el análisis de citación (de países, referencias, fuentes y autores), el análisis de co-citación (de referencias, fuentes y autores) y el análisis de co-palabras.

El análisis de citación de los países, referencias, fuentes y autores nos proporciona información sobre la distribución geográfica y la calidad de la investigación sobre el tema. En este caso, se puede determinar qué países, revistas, fuentes y autores son los más productivos y citados en la investigación sobre los medios de comunicación y el ecosistema digital. Por otro lado, el análisis de co-citación de referencias, fuentes y autores nos ofrece información sobre las relaciones y agrupaciones entre publicaciones, fuentes y autores en un campo de investigación, mediante el análisis de la frecuencia con la que son citadas conjuntamente. Esto nos permite identificar las publicaciones, fuentes y autores más influyentes en la investigación sobre los medios de comunicación y el ecosistema digital (Arencibia-Jorge *et al.*, 2020; Orduña-Malea y Costas, 2021). Por último, el análisis de co-palabras nos proporciona información sobre las palabras clave más utilizadas y sus agrupaciones en la investigación sobre los medios de comunicación y el ecosistema digital. Consiste en analizar la frecuencia

de ocurrencia de palabras en un conjunto de textos y determinar cuáles son las palabras clave más relevantes o recurrentes en ese conjunto (Van-Eck y Waltman, 2010).

El análisis de datos de co-citación y co-palabras se ha realizado con el programa VOSviewer aplicando el método *Association Strength* para medir la fuerza de asociación basada en el peso de la cita. Además, para ilustrar gráficamente la frecuencia de ocurrencia de palabras clave, así como las relaciones entre publicaciones, fuentes y autores, se han generado los mapas de red de VOSviewer de co-palabras y co-citación. En este tipo de mapas los Nodos representan las publicaciones, fuentes, autores y palabras clave, siendo los más grandes los de mayor impacto e influencia, mientras que los más pequeños y aislados representan a aquellos con menos influencia y menos frecuentes en el campo de los medios de comunicación públicos y el ecosistema digital. En cuanto a las *líneas o enlaces*, representan las relaciones de co-citación entre los nodos, y su grosor está relacionado con la fuerza de los vínculos. Por último, los *colores* muestran los agrupamientos o clúster creados que fueron etiquetados en función de los temas más recurrentes.

3. Resultados

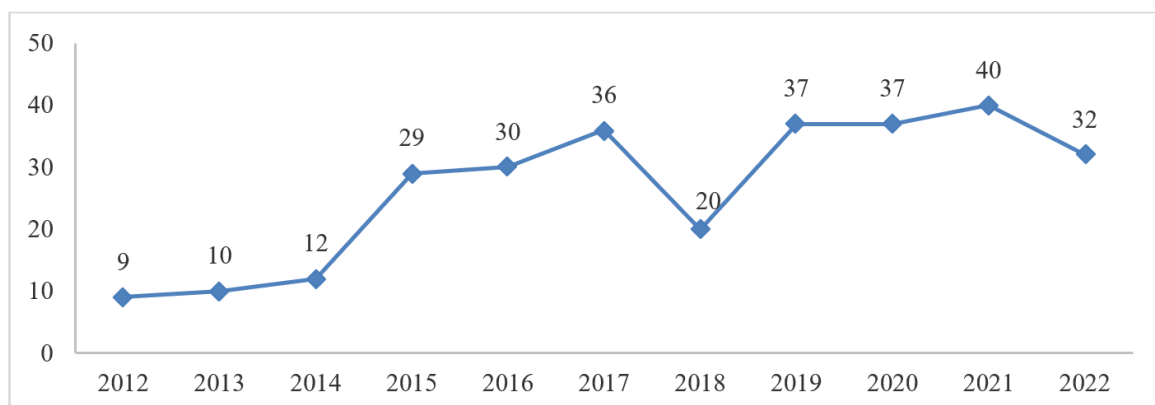
En este apartado se presentan los resultados más relevantes de los 292 artículos incluidos en el análisis bibliométrico. Los resultados se presentan de acuerdo con los objetivos específicos establecidos en esta investigación.

3.1. Evolución de la producción científica según el año de publicación

En la figura 2 se ilustra la distribución temporal de la productividad científica, destacando cuatro años clave (2021, 2020, 2019 y 2017) en los que se han publicado un número significativamente mayor de artículos en comparación con el resto de los periodos. En estos años se han realizado 40, 37, 37 y 36 publicaciones respectivamente, representando el 51,4% de la producción total. Este resultado es coherente con el incremento de uso de los medios digitales, lo cual suscita un mayor número de investigaciones al respecto (Morales-Vargas *et al.*, 2022).

También es llamativo el incremento en la producción científica a partir del año 2015, con un aumento del 5,82% en comparación con el año anterior, así como la disminución en la producción en el año 2018, con una disminución del 5,48% en comparación con el año anterior.

Figura 1. Número de publicaciones por año.

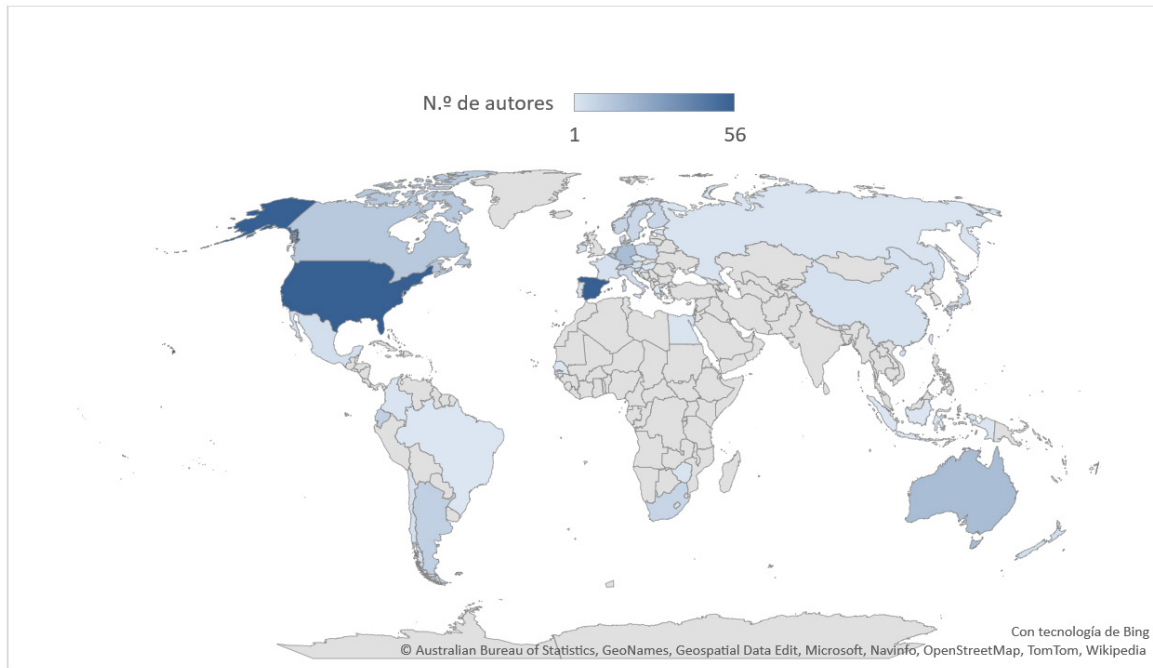


Fuente: Elaboración propia.

3.2. Ubicación geográfica de los autores

La figura 2 muestra la distribución geográfica de los autores. España y Estados Unidos son los países con mayor participación, contando con 56 autores cada uno. Le siguen Inglaterra con 24 autores, y Australia, Bélgica y Alemania con 18 autores cada uno.

Figura 2. Ubicación geográfica de los autores.



Fuente: Elaboración propia.

3.3. Análisis de citación

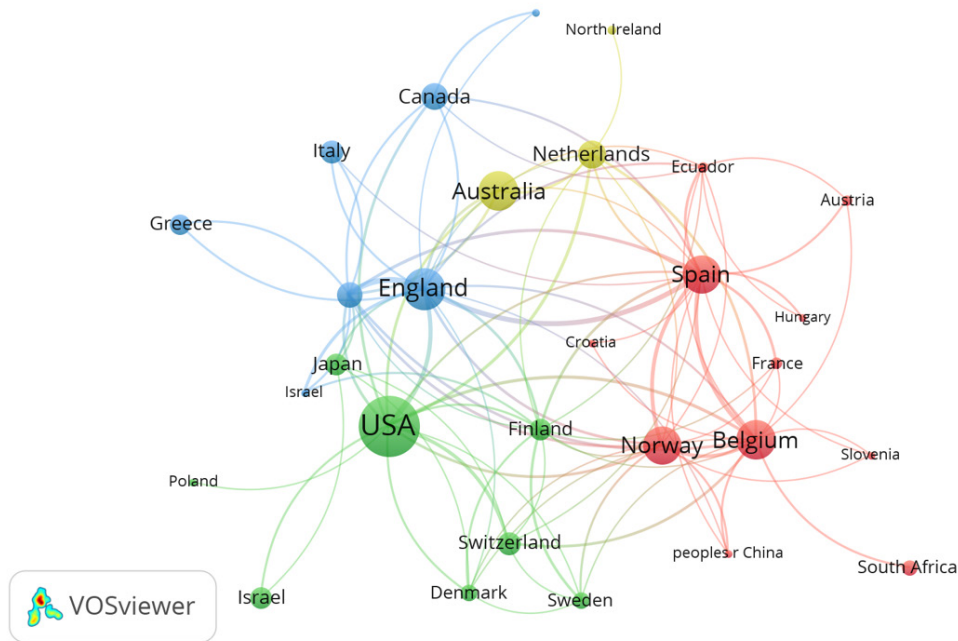
Entre los análisis de citación llevados a cabo destacamos cuatro: citación de países, de referencias, de fuentes y de autores.

3.3.1. Análisis de citación de países

A continuación, se lleva a cabo el mapa de red de citación y país. Se trata de una representación visual útil para entender las relaciones entre los artículos científicos a través de las citas y el país de los autores. El tamaño de los nodos refleja el número de citas recibidas por artículo que cada país recibe y los colores indican el agrupamiento por países según los autores.

En este caso, en la figura 3, se muestra la red de citación y país en función del número de citas donde se aprecia la existencia de vínculos en la producción de documentos entre los países con más citas en el tema de los medios de comunicación públicos y la digitalización. Los nodos más grandes en el gráfico representan países con mayor número de citas, como es el caso de Bélgica (203 citas), Estados Unidos (482 citas), Inglaterra (229 citas) y Austria (202 citas). Con respecto a las líneas todas conectan con algún nodo (lo que indica relaciones de citación). Cuanto más gruesas son, más fuerte son las relaciones de citación.

Figura 3. Mapa de red de VOSviewer de citación y país en función del número de citas.



Fuente: Elaboración propia¹.

Los grupos de nodos creados en la red de citas por país fueron cuatro (identificados por el color rojo, verde, azul y amarillo). En la tabla 3 puede verse el resumen de la red en función de los países y el número de citas.

Tabla 3. Agrupaciones de países en función del número de citas.

Clúster	Países
1 (rojo)	Belgium (203 citas); Spain (191 citas); Norway (189 citas); South Africa (34 citas); France (19 citas); Austria (15 citas); Ecuador (15 citas); Peoples R. China (6 citas); Croatia (4 citas); Slovenia (3 citas); Hungary (1 citas)
2 (verde)	USA (482 citas); Switzerland (71 citas); Israel (67 citas); Japan (64 citas); Finland (61 citas); Denmark (40 citas); Sweden (37 citas); Poland (6 citas)
3 (azul)	England (229 citas); Canada (94 citas); Germany (87 citas); Italy (68 citas); Greece (54 citas); Israel (9 citas); Czech Republic (1 citas)
4 (amarillo)	Australia (202 citas); Netherlands (102 citas); North Ireland (11 citas)

Fuente: Elaboración propia.

¹ Punto de corte de 1 documento y 1 cita.

3.3.2. Análisis de citación de referencias

En la tabla 4 se presenta un resumen de los artículos que han obtenido al menos 20 citas. Se puede observar que los documentos más citados pertenecen a los autores Van-Dijck y Poell (2015) y Aalberg *et al.* (2013), con un total de 54 citas recibidas en cada documento.

En el artículo de Van-Dijck y Poell (2015), titulado *Making Public Television Social? Public Service Broadcasting and the Challenges of Social Media*, los autores investigan cómo la televisión pública en Europa, específicamente en el Reino Unido y Países Bajos, se enfrenta a los desafíos de las redes sociales y cómo puede adaptarse para mantener su relevancia en un mundo digital.

En lo que respecta al artículo de Aalberg *et al.* (2013), titulado *International TV news, foreign affairs interest and public knowledge: A comparative study of foreign news coverage and public opinion in 11 countries*, también con 54 citas, los autores presentan un estudio comparativo sobre la relación entre la cobertura de noticias internacionales en los programas de noticias de televisión y la opinión pública en 11 países diferentes. En la era digital hay una mayor cantidad de fuentes de noticias disponibles, incluyendo las redes sociales y los sitios web de noticias en línea, lo que puede afectar a la forma en que las personas obtienen información sobre el extranjero y cómo esto a su vez afecta a su opinión sobre asuntos internacionales. El estudio también se enfoca en el impacto de la cobertura de noticias, en el interés y el conocimiento del público sobre asuntos internacionales.

Los demás artículos relevantes sobre el tema de los medios de comunicación públicos y el ecosistema digital se centran en cómo estos medios se están adaptando a la era digital, incluyendo el uso de las noticias en línea. También se discute la importancia de involucrar a la audiencia en la producción y distribución de contenido, así como la personalización del contenido para mejorar la experiencia del usuario.

Tabla 4. Resumen de citas según autor y su trabajo (al menos 20 citas).

Autores	Título	Año publicación	Citas
Van Dijck, Jose; Poell, Thomas	Making Public Television Social? Public Service Broadcasting and the Challenges of Social Media.	2015	54
Aalberg, Toril; Papathanassopoulos, Stylianos; Soroka, Stuart; Curran, James; Hayashi, Kaori; Iyengar, Shanto; Jones, Paul K.; Mazzoleni, Gianpietro; Rojas, Hernando; Rowe, David; Tiffen, Rodney	International tv news, foreign affairs interest and public knowledge: A comparative study of foreign news coverage and public opinion in 11 countries.	2013	54
Pickard, Victor	Restructuring Democratic Infrastructures: A Policy Approach to the Journalism Crisis.	2020	53
Van den Bulck, Hilde; Moe, Hallvard	Public service media, universality and personalisation through algorithms: mapping strategies and exploring dilemmas.	2018	53
Belair-Gagnon, Valerie; Nelson, Jacob L.; Lewis, Seth C.	Audience Engagement, Reciprocity, and the Pursuit of Community Connectedness in Public Media Journalism.	2019	49
Fletcher, Richard; Nielsen, Rasmus Kleis	Paying for online news a comparative analysis of six countries.	2017	45
Fraile, Marta; Iyengar, Shanto	Not All News Sources Are Equally Informative: A Cross-National Analysis of Political Knowledge in Europe.	2014	39

Benson, Rodney; Powers, Matthew; Neff, Timothy	Public Media Autonomy and Accountability: Best and Worst Policy Practices in 12 Leading Democracies.	2017	32
Larrondo, Ainara; Domingo, David; Erdal, Ivar John; Masip, Pere; Van den Bulck, Hilde	A comparative study on European public service broadcasting organisations.	2016	31
Karppinen, Kari; Moe, Hallvard	What We Talk About When Talk About Media Independence.	2016	30
Rauch, Jennifer	Exploring the Alternative-Mainstream Dialectic: What Alternative Media Means to a Hybrid Audience.	2015	30
Malka, Vered; Ariel, Yaron; Avidar, Ruth	Fighting, worrying and sharing: Operation 'Protective Edge' as the first WhatsApp war.	2015	28
Edmond, Maura	All platforms considered: Contemporary radio and transmedia engagement.	2015	27
McCallum, Kerry; Waller, Lisa; Meadows, Michael	Raising the volume: indigenous voices in news media and policy.	2012	25
Donders, Karen	Public service media beyond the digital hype: distribution strategies in a platform era.	2019	24
Hanitzsch, Thomas; Hanusch, Folker; Lauerer, Corinna	Setting the agenda, influencing public opinion, and advocating for social change. Determinants of journalistic interventionism in 21 countries.	2016	24
Castro-Herrero, Laia; Nir, Lilach; Skovsgaard, Morten	Bridging Gaps in Cross-Cutting Media Exposure: The Role of Public Service Broadcasting.	2018	23
Carlyle, Kellie E.; Orr, Caroline; Savage, Matthew W.; Babin, Elizabeth A.	News Coverage of Intimate Partner Violence: Impact on Prosocial Responses.	2014	22
Tambini, Damian	Five Theses on Public Media and Digitization: From a 56-Country Study.	2015	21
Evans, Sandra K.	Making sense of innovation. Process, product, and storytelling innovation in public service broadcasting organizations	2018	20

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos del informe de citas de Web of Science.

3.3.3. Análisis de citación de fuentes

En el siguiente apartado se lleva a cabo un análisis de las citas y las revistas donde se han publicado los 292 artículos, de los cuales se han registrado un total de 1611 citas.

Para facilitar la comprensión de los resultados, en la tabla 5, se presenta un resumen de las revistas que han obtenido al menos 20 citas. Cabe destacar tres revistas que superan las 100 citas: la revista *Journalism Studies* (183 citas) pone el foco en la investigación sobre el periodismo y los medios de comunicación; los principales temas que cubre la revista son el contenido de los medios, la audiencia, la tecnología, la ética y la diversidad en el periodismo, entre otros; En cuanto a la revista *Digital Journalism* (127 citas) está especializada en el periodismo digital y las tendencias digitales en los medios de comunicación; los principales temas que trata son el uso

de las tecnologías digitales en la producción de noticias, la innovación en el periodismo, las redes sociales, la privacidad, la seguridad...; Por último, la revista *Media, Culture & Society* (123 citas) está enfocada en el estudio interdisciplinario de los medios de comunicación y su relación con la cultura y la sociedad; los temas que cubre incluyen la tecnología, la política, el género y la representación en los medios de comunicación, entre otros.

Tabla 5. Resumen de citas según el nombre de la revista (al menos 20 citas).

Nombre de la revista	N.º artículos	Citas
<i>Journalism Studies</i>	13	183
<i>Digital Journalism</i>	6	127
<i>Media, Culture & Society</i>	11	123
<i>Television & New Media</i>	6	97
<i>International Journal of Communication</i>	15	96
<i>Media International Australia</i>	12	92
<i>Journalism Practice</i>	8	67
<i>International Journal of Press-Politics</i>	3	61
<i>Political Communication</i>	3	50
<i>Javnost-The Public</i>	8	49
<i>Journal of Radio & Audio Media</i>	10	46
<i>International Communication Gazette</i>	10	34
<i>European Journal of Communication</i>	6	32
<i>Communication Culture & Critique</i>	1	30
<i>Media War and Conflict</i>	1	28
<i>New Media & Society</i>	1	27
<i>African Journalism Studies</i>	6	27
Revista Latina de Comunicación Social	6	24
<i>Media Psychology</i>	1	22
<i>Media and Communication</i>	6	20

Fuente: Elaboración propia.

3.3.4. Análisis de citación de autores

Para concluir el análisis de las citas, en la tabla 6 se presenta un resumen de los autores con al menos 50 citas, independientemente de sus publicaciones. Entre los autores con mayor número de citas destacan: *Shanto Iyengar*, profesor de Ciencias Políticas y Comunicación en la Universidad de Stanford, cuya línea de investigación se centra en temas relacionados con la comunicación y publicidad desde una perspectiva política basada, entre otros, en aspectos como la persuasión política, la propaganda, la comunicación política en línea, la psicología de la percepción de la información y los medios de comunicación públicos; y *Hilde Van den Bulck*, profesora de la Universidad Drexel, especializada en estudios de medios de comunicación y cultura. Sus investigaciones se centran en la televisión pública, en los medios de comunicación públicos y en cómo estos medios enfrentan los desafíos de la digitalización y las redes sociales, buscando adaptarse para mantener su relevancia y efectividad en la sociedad actual.

Tabla 6. Resumen de autores y sus citas (filtro en citas superiores a 50).

Autor	Documentos	Citas	Autor	Documentos	Citas
Iyengar, S.	2	93	Aalberg, T.	2	54
Van Den Bulck, H.	3	84	Curran, J.	1	54
Benson, R.	4	83	Hayashi, K.	1	54
Moe, H.	2	83	Jones, P. K.	1	54
Neff, T.	3	80	Mazzoleni, G.	1	54
Poell, T.	3	74	Papathanassopoulos, S.	1	54
Donders, K.	6	64	Rojas, H.	1	54
Powers, M.	2	64	Rowe, D.	1	54
Nielsen, R. K.	2	60	Soroka, S.	1	54
Pickard, V.	3	59	Tiffen, R.	1	54
Fletcher, R.	2	57	Van Dijck, J.	1	54

Fuente: Elaboración propia.

3.4. Análisis de co-citación

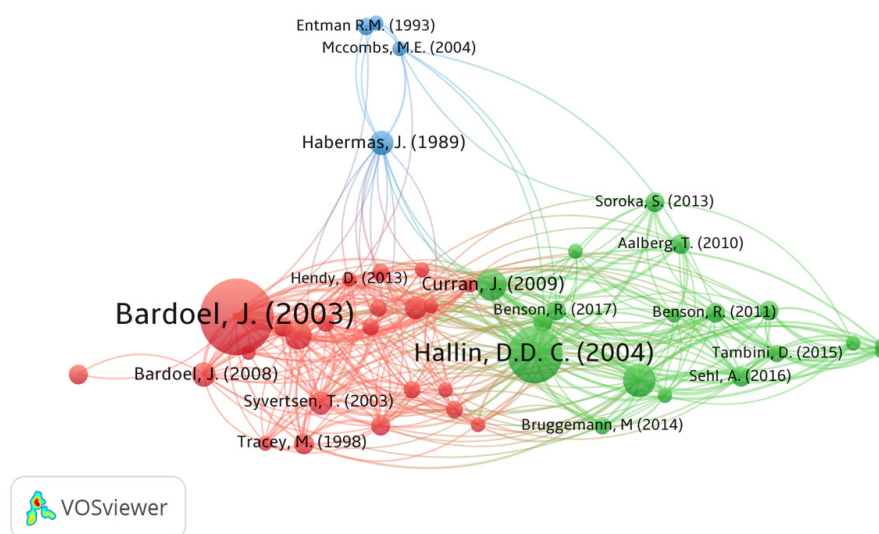
Entre los análisis de co-citación llevados a cabo destacamos tres: co-citación de referencias, de fuentes y de autores.

3.4.1. Análisis de co-citación de referencias

En la figura 4 se presenta el mapa de la red de co-citación de las referencias citadas basado en el peso de la cita. A partir de las 11376 referencias citadas, se estableció un punto de corte de 6, lo que significa que solo se seleccionaron los documentos citados al menos 6 veces, alcanzando un total de 46 documentos.

Los nodos más grandes en el gráfico representan las referencias con mayor número de citas, mientras que las líneas que conectan los nodos, cuanto más gruesas sean, más fuertes son las relaciones de co-citación.

Figura 4. Mapa de red de VOSviewer de co-citación de referencias en función del número de citas.



Fuente: Elaboración propia.

Los grupos de nodos creados en la red de co-citaciones de referencias fueron tres, representados con colores (rojo, verde y azul). El número elevado de citas en cada clúster muestra el impacto del tema y el debate sobre el papel de los medios en la sociedad, política y opinión pública.

En la tabla 7 puede verse el resumen de la red y las categorías temáticas creadas.

- Clúster 1 (rojo) contiene 23 referencias, destacando con mayor peso por el número de citas recibidas: Bardoel (2003, 2008), Jenkins y Deuze (2008), y Enli (2008). Estos trabajos tratan el tema de la comunicación y los medios de comunicación, específicamente en relación con el servicio y la televisión públicos.
- Clúster 2 (verde) tiene 18 referencias, destacando con mayor peso por el número de citas recibidas: Hallin y Mancini (2004), Brevini (2013), Curran *et al.* (2009) y Aalberg (2010). En este caso el tema concierne a la relación entre los medios de comunicación y la política.
- Clúster 3 (azul) contiene 4 referencias, destacando con mayor peso por el número de citas recibidas: Habermas (1989), Entman (1993), McCombs y Shaw (1972), McCombs (2004). Estos trabajos se centran en la influencia de los medios de comunicación en la opinión.

Tabla 7. Agrupaciones de co-citaciones de referencias en función de del número de citas.

Clúster	Categorías temáticas	Selección de co-citaciones de referencias
Clúster 1 (rojo)	Servicios de televisión pública.	Bardoel, J. (2003) – 50 citas Jenkins, H., (2008) – 13 citas Bardoel, J. (2008) – 11 citas Enli, G.S. (2008) – 10 citas
Clúster 2 (verde)	Medios de comunicación y política.	Hallin, D.D. C. (2004) – 34 citas Brevini, B. (2013) – 17 citas Curran, J. (2009) – 15 citas Aalberg, T. (2010) – 8 citas
Clúster 3 (azul)	Influencia de los medios de comunicación en la opinión pública.	Habermas, J. (1989) – 11 citas Entman R.M. (1993) – 7 citas Mccombs, M.E. (2004) – 6 citas Mccombs, M.E. (1972) – 6 citas

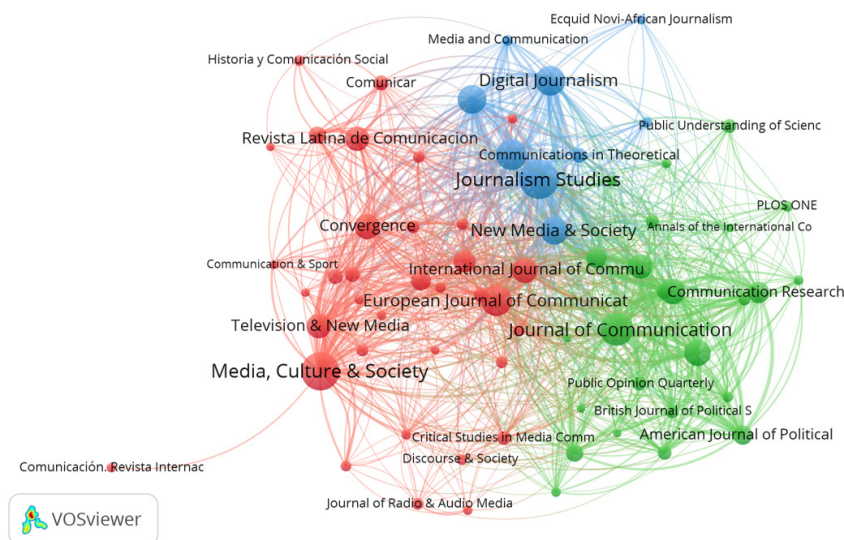
Fuente: Elaboración propia.

3.4.2. Análisis de co-citación de fuentes

En la figura 5 se presenta el mapa de la red de co-citación de las fuentes citadas basado en el peso de la cita. A partir de las 7093 fuentes citadas, se estableció un punto de corte de 10, lo que significa que solo se seleccionaron las fuentes citadas al menos 10 veces, alcanzando un total de 99 fuentes. De estas fuentes, se seleccionaron las revistas científicas de alto impacto (un total de 69) y se eliminaron 33 documentos que provenían de libros, tesis e informes, y 26 fuentes basadas en noticias de periódicos, radio y televisión (como *The Guardian*, *The New York Times* o *The Globe and Mail...*).

Los nodos más grandes en el gráfico representan las fuentes más citadas, mientras que las líneas más gruesas indican relaciones de co-citación más fuertes. Los nodos más relevantes son revistas altamente citadas en el campo, lo que indica que estos temas son de interés y están siendo ampliamente investigados.

Figura 5. Mapa de red de VOSviewer de co-citación de fuentes en función del número de citas.



Fuente: Elaboración propia.

En la red de co-citaciones, de las 69 fuentes con al menos 10 citas, se crearon tres grupos de nodos, representados con colores (rojo, verde y azul). En la tabla 8 puede verse el resumen de la red y las categorías temáticas creadas.

- Clúster 1 (rojo) conformado por 35 fuentes cuya temática es la comunicación y los medios de comunicación. En general, se centran en el estudio de cómo la tecnología, la cultura y la sociedad afectan a la forma en que se comunican las personas y cómo se reciben y procesan los mensajes. Entre los nodos más relevantes destacan las revistas *Media, Culture & Society* (165 citas), *European Journal of Communication* (108 citas), *International Journal of Communication* (78 citas), *Convergence* (76 citas), *Revista Latina de Comunicación Social* (69 citas), *Television & New Media* (68 citas).
- Clúster 2 (verde) conformado por 25 fuentes centradas la comunicación política y periodística. En general, se centran en el estudio de cómo la comunicación política y periodística afecta a la opinión pública y a la democracia. Entre los nodos más relevantes destacan las revistas *Journal of Communication* (126 citas), *Political Communication* (81 citas), *Journalism & Mass Communication Quarterly* (76 citas), *International Journal of Press/Politics* (72 citas).
- Clúster 3 (azul) conformado por 9 fuentes. La temática común de estas revistas es el periodismo, especialmente el periodismo digital y las nuevas tecnologías. En general, se centran en el estudio de cómo el periodismo está evolucionando en la era digital y cómo esto afecta a la forma en que se producen, distribuyen y consumen las noticias. Entre los nodos más relevantes destacan las revistas *Journalism Studies* (175 citas), *Journalism* (110 citas), *Digital Journalism* (100 citas), *Journalism Practice* (92 citas), *New Media & Society* (89 citas).

" La tecnología digital ha cambiado significativamente la forma en que las personas consumen y producen información, lo que ha generado nuevos desafíos y oportunidades para los medios de comunicación públicos "

Tabla 8. Agrupaciones de co-citaciones de fuentes en función de del número de citas.

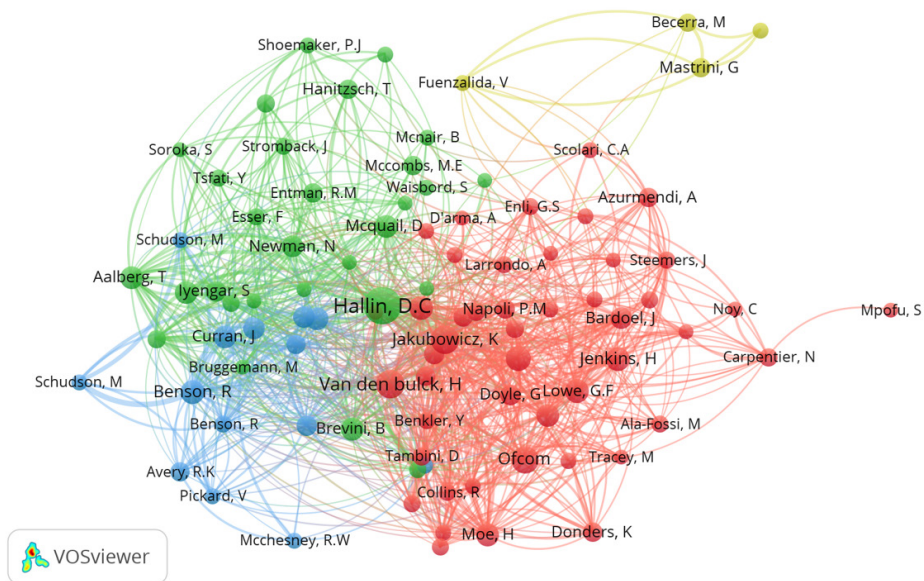
Clúster	Categorías temáticas	Nombre de las revistas
Clúster 1 (rojo)	Comunicación y los medios de comunicación	Media, Culture & Society; European Journal of Communication; International Journal of Communication; Convergence; Revista Latina de Comunicación Social; Television & New Media; International Communication Gazette; Javnost - The Public; Profesional de la información; Comunicar; Media International Australia; Canadian Journal of Communication; Communication & Society; Critical Studies in Media Communication.
Clúster 2 (verde)	Comunicación política y periodística	Journal of Communication; Political Communication; Journalism & Mass Communication Quarterly; International Journal of Press/Politic; Communication Research; Information, Communication & Society; American Journal of Political Science; Journal of Broadcasting & Electronic Media; Mass Communication and Society; International Journal of Public Opinion Research; Public Opinion Quarterly; Public Understanding of Science.
Clúster 3 (azul)	Periodismo digital y las nuevas tecnologías	Journalism Studies; Journalism; Digital Journalism; Journalism Practice; New Media & Society.

Fuente: Elaboración propia.

3.4.3. Análisis de co-citación de autores

En la figura 6 se presenta el mapa de la red de co-citación de los autores citados basado en el peso de la cita. A partir de los 7935 autores citados, se estableció un punto de corte de 10, lo que significa que solo se seleccionaron los autores citados al menos 10 veces, alcanzando un total de 100 autores. Se eliminaron 6 autores que hacen referencia a documentos institucionales (BBC, Unesco, Union European broadcasting, Commission European, European Audiovisual Observatory, Rteve). Los nodos más grandes en el gráfico representan los autores más citados, mientras que las líneas más gruesas indican relaciones de co-citación más fuertes.

Figura 6. Mapa de red de VOSviewer de co-citación de fuentes en función del número de citas.



Fuente: Elaboración propia².

² Web of Science solo incluye al primer autor citado en un documento por lo que el análisis no contempla el resto de los autores del trabajo.

En la red de co-citaciones de los autores que han recibido un mayor número de citas (al menos 20 citas) se crearon nuevamente tres grupos de nodos, representados con colores (rojo, verde y azul), reflejando la diversidad de temas de investigación en el campo de la comunicación y destacando la importancia de la televisión pública, la política y la sociedad en la investigación sobre los medios.

En la tabla 9 puede verse el resumen de la red y las categorías temáticas creadas.

- Clúster 1 (rojo) conformado por 46 autores y centrado en los servicios de televisión pública. Entre los nodos más relevantes destacan los siguientes autores: Van den Bulck, H.; Jakubowicz, K.; Ofcom; Losifidis, P. y Donders, K.; Jenkins, H.; Lowe, G.F.; Moe, H.; Bardoel, J. Todo ellos se especializan en investigar sobre los medios de comunicación públicos, con énfasis en la televisión pública y su importancia en la formación de la opinión pública, su adaptación a la era digital, y la regulación y políticas para asegurar su viabilidad financiera y su independencia.
- Clúster 2 (verde) conformado por 29 autores y centrado en los medios de comunicación y política. Entre los nodos más relevantes destacan los siguientes autores: Hallin, D.C.; Aalberg, T.; Brevini, B.; Mcquail, D.; Sehl, A.; Newman, N. Estos autores se especializan en investigar sobre los medios de comunicación y su relación con la política y la sociedad, con énfasis en el análisis comparativo de los sistemas de medios de comunicación en diferentes países y regiones, el papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública y la democracia, y la regulación y políticas de los medios de comunicación.
- Clúster 3 (azul) conformado por 14 autores y centrado en la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública. Entre los nodos más relevantes destacan los siguientes autores: Benson, R.; Bourdieu, P.; Curran, J.; Pickard, V.; Habermas, J. Estos autores se especializan en investigar sobre los medios de comunicación y su relación con la sociedad y la democracia, con énfasis en el análisis de la relación entre los medios de comunicación y la sociedad, incluyendo el papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública y la construcción de la realidad.

Tabla 9. Agrupaciones de co-citaciones de autores en función de del número de citas (al menos 20 citas).

Clúster	Categorías temáticas	Autor con citas ≥ 20
Clúster 1 (rojo)	Servicios de televisión pública	Van den Bulck, H. (36 citas); Jakubowicz, K. (35 citas); Ofcom (33 citas); Losifidis, P. (27 citas); Donders, K. (26 citas); Jenkins, H. (26 citas); Lowe, G.F. (25 citas); Moe, H. (24 citas); Bardoel, J. (20 citas).
Clúster 2 (verde)	Medios de comunicación y política	Hallin, D.C. (62 citas); Aalberg, T. (23 citas); Brevini, B. (22 citas); Mcquail, D. (22 citas); Sehl, A. (22 citas); Newman, N. (20 citas).
Clúster 3 (azul)	Influencia de los medios de comunicación en la opinión pública	Benson, R. (26 citas); Bourdieu, P. (24 citas); Curran, J. (22 citas); Pickard, V. (21 citas); Habermas, J. (20 citas).

Fuente: Elaboración propia.

3.5. Análisis de co-palabras

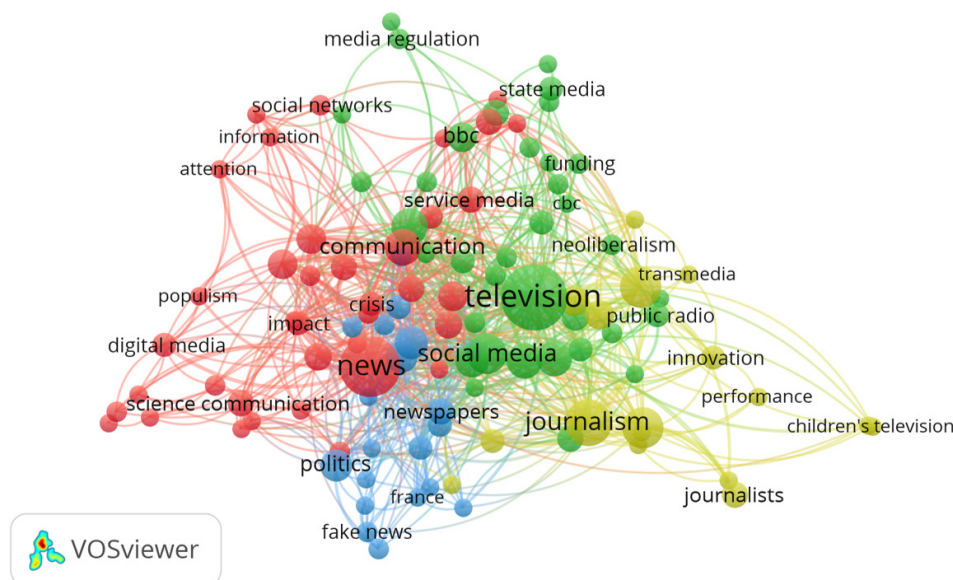
El análisis de palabras clave que se presenta a continuación busca identificar temas de investigación importantes sobre medios de comunicación públicos en el ecosistema digital. Se realiza un análisis de co-ocurrencia de las palabras clave de los 292 artículos incluidos en el estudio.

Para facilitar la interpretación del análisis de todas las palabras clave (palabras clave de autor y palabras clave PLUS), se seleccionaron un máximo de 3 palabras clave (es decir, se estudian las relaciones de co-ocurrencia entre cada tres palabras-clave). De un total de 1244 palabras clave, se obtuvieron 121 después de aplicar el umbral establecido.

Además, se eliminaron del listado de palabras clave aquellas que aparecen en la frase de búsqueda (*broadcasters, broadcasting, media, public broadcasting, public media, public service, public service media, public-service media, public service broadcasting*) para evitar que se crearan esos agrupamientos y conocer cuáles son el resto de las palabras utilizadas. Esto significa que el total de palabras clave con las que se hace el análisis es de 112.

Los nodos más grandes en la figura 7 representan las palabras clave con mayor número de citas, mientras que las líneas que conectan los nodos, cuanto más gruesas sean, más fuerte son las relaciones de co-ocurrencia.

Figura 7. Mapa de red de VOSviewer de ocurrencias de palabras clave.



Fuente: Elaboración propia.

Los grupos de nodos creados en la red de co-palabras fueron cuatro, representados con colores (rojo, verde, azul y amarillo). En ellos se observa que las palabras clave en la investigación del área están relacionadas con la comunicación de noticias, comunicación de masas, el periodismo en la Unión Europea y el periodismo a nivel global.

En la tabla 10 puede verse el resumen de la red y las categorías temáticas creadas en función de las palabras claves.

- El Clúster 1, marcado en rojo, contiene 38 palabras-clave relacionadas con la comunicación de noticias, destacando el término "news" con el mayor peso en función de la ocurrencia (32 citas).
- El Clúster 2, marcado en verde, está compuesto por 36 palabras-clave relacionadas con la comunicación de masas, destacando el término "televisión" con el mayor peso en función de la ocurrencia (39).
- El Clúster 3, marcado en azul, contiene 20 palabras-clave relacionadas con el periodismo europeo, destacando el término "europe" con el mayor peso en función de la ocurrencia (10).

- El Clúster 4, marcado en amarillo, está compuesto por 25 palabras-clave relacionadas con el periodismo global, destacando el término "*journalism*" con el mayor peso en función de la ocurrencia (19).

Tabla 10. Agrupaciones de Palabras-clave en función de la co-ocurrencia.

Clúster	Categorías temáticas	Palabras clave
Clúster 1 (rojo)	Comunicación de noticias	news; communication; coverage; Germany; knowledge; Internet; Twitter; audiences; covid-19; news media; science Communication; service media; crisis; digital media; impact; independence; agenda-setting; attitudes; Ecuador; rtve; social networks; women; access; agenda; attention; Belgium; China; consumption; debate; democratization; information; news coverage; pluralism; political communication; populism; science; selective exposure; YouTube.
Clúster 2 (verde)	Comunicación de masas	television; social media; participation; audience; diversity; democracy; bbc; public sphere; communication policies; competition; citizen journalism; israel; psb; public radio; state media; advertising; documentary; engagement; funding; history; media reform; media regulation; mobile media; neoliberalism; new media; state; survey; argentina; cbc; cultural citizenship; era; flanders; national identity; participatory journalism; podcasting; poland.
Clúster 3 (azul)	Periodismo europeo	europe; politics; public television; newspapers; comparative research; content analysis; policy; fake news; government; latin america; online; systems; algorithms; culture; france; media ownership; misinformation; online news; personalization; sweden.
Clúster 4 (amarillo)	Periodismo global	journalism; convergence; media policy; radio; spain; journalists; framing; innovation; children's television; digital journalism; discourse; governance; new zealand; performance; political economy; strategies; transmedia; zimbabwe.

Fuente: Elaboración propia.

4. Discusión y Conclusiones

Este estudio, mediante el análisis bibliométrico, permite comprender mejor cómo se llevan a cabo los estudios sobre medios de comunicación pública en el entorno digital, así como cuáles son los principales términos utilizados, los países, revistas y autores con mayor producción en el tema. Además, se aprecia el aumento de producción científica sobre los medios de comunicación y el ecosistema digital en la última década, en concreto en los años 2017, 2018, 2020 y 2021, lo que indica que es un tema relevante y de interés por parte de la comunidad científica debido a la crisis sanitaria global y a que la tecnología digital ha cambiado significativamente la forma en que las personas consumen y producen información, lo que ha generado nuevos desafíos y oportunidades para los medios de comunicación públicos (Bolognesi, 2023).

De los 350 autores que participan en los 292 artículos analizados, España y Estados Unidos son los países con mayor participación, con 56 autores cada uno. Con respecto a los países que reciben el mayor número de citas en artículos sobre medios de comunicación públicos y el ecosistema digital destacan Bélgica, de nuevo Estados Unidos, Inglaterra y Austria. Es probable que los países mencionados reciban un mayor número de citas en artículos sobre medios de comunicación públicos y el ecosistema digital debido a que son países con una larga historia de desarrollo tecnológico y una gran presencia en la industria de los medios de comunicación. Además,

estos países tienen una alta penetración de internet y una gran cantidad de usuarios de medios digitales, lo que los convierte en lugares importantes para estudiar el ecosistema digital.

En lo que concierne a la fuente que recibe el mayor número de citas destaca la revista *Journalism Studies*. Una de las razones por las que esta revista recibe numerosas citas es su enfoque interdisciplinario, cubriendo de esta forma una amplia gama de temas relacionados con el periodismo y los medios de comunicación, incluyendo los medios de comunicación públicos en la era digital. La revista también es reconocida por su rigurosidad y su proceso de revisión por pares, que garantiza la calidad y credibilidad de los artículos publicados.

Con respecto a los documentos más citados de entre los 292 artículos analizados destacan los trabajos de Van-Dijck y Poell, (2015) y Aalberg *et al.* (2013) por la relevancia del tema, la rigurosidad metodológica y sus resultados significativos, además de haber sido publicados en revistas académicas de alto impacto en el campo de la comunicación y los medios de comunicación (*Television & New Media* y *Journalism Studies* respectivamente) lo que aumenta su alcance y visibilidad.

En lo que respecta a los autores más citados, destacan Shanto Iyengar y Hilde Van den Bulck. Ambos cuentan con una gran cantidad de investigaciones y publicaciones en el tema de medios de comunicación públicos en la era digital.

Las conclusiones respecto a las redes alcanzadas en el estudio han sido:

1) Una red de co-citaciones de referencias basada en tres bloques temáticos específicos que abordan aspectos fundamentales y cuya comprensión es crucial para desarrollar políticas que promuevan la calidad y diversidad de los medios públicos, analizar cómo los políticos utilizan los medios para llegar al público y para entender cómo los medios afectan la opinión pública y la democracia.

- Comunicación y los medios de comunicación: las referencias que se agrupan en este bloque (Bardeol, 2003, 2008; Jenkins y Deuze, 2008); Enli, 2008...) se centran en cómo los medios de comunicación públicos, especialmente la televisión pública, cumplen su función de servicio público y cómo estos medios interactúan con la sociedad en el contexto actual.
- Relación entre los medios de comunicación y la política: las referencias que se agrupan en este bloque (Hallin, 2004; Brevini, 2013; Curran *et al.*, 2009; Aalberg, 2010...) se centran en analizar cómo los medios de comunicación cubren la política, cómo los políticos utilizan los medios de comunicación para llegar al público, y cómo la relación entre los medios de comunicación y la política afecta a la opinión pública y a la democracia.
- Influencia de los medios de comunicación en la opinión pública: las referencias que se agrupan en este bloque (Habermas, 1989; Entman, 1993; McCombs y Shaw, 1972, McCombs, 2004...) se centran en analizar cómo los medios de comunicación afectan a la formación de la opinión pública y cómo esta opinión pública a su vez afecta a la sociedad.

2) Una red de co-citaciones de fuentes basada en tres bloques temáticos específicos centrados en cómo las plataformas digitales han transformado la forma en que se comunican y se comparten la información. Esta red refleja los principales temas de investigación en el campo, y su análisis puede ayudar a comprender cómo los medios afectan a la sociedad y cómo mejorar la calidad de la información.

- Comunicación y los medios de comunicación: las fuentes que se agrupan en este bloque (*Media, Culture & Society, European Journal of Communication, International Journal of Communication, Convergence, Revista Latina de Comunicación Social, Television & New Media*) se refieren al estudio de cómo los medios de comunicación funcionan, cómo afectan a la sociedad y cómo se relacionan entre sí.

- Comunicación política y periodística: las fuentes que se agrupan en este bloque (*Journal of Communication, Political Communication, Journalism & Mass Communication Quarterly, International Journal of Press/Politic...*) se refieren al estudio de cómo los medios de comunicación cubren y presentan la política, y cómo los políticos utilizan los medios de comunicación para llegar al público.
- Periodismo digital y las nuevas tecnologías: las fuentes que se agrupan en este bloque (*Journalism Studies, Journalism, Digital Journalism, Journalism Practice, New Media & Society...*) se centran en cómo las tecnologías digitales están cambiando la forma en que se produce, distribuye y consumen noticias.

3) Una red de co-citaciones de autores basada en tres bloques temáticos específicos centrados en aspectos clave de los medios de comunicación y su relación con la sociedad y la política, como los servicios de televisión pública, la influencia de los medios en la opinión pública y la relación entre los medios y la política. La comprensión de estos temas puede ser esencial para tomar decisiones informadas y promover una sociedad informada y crítica.

- Servicios de televisión pública: los autores más influyentes que se agrupan en este bloque (Van den Bulck, H.; Jakubowicz, K.; Ofcom; Losifidis, P. y Donders, K.; Jenkins, H.; Lowe, G.F.; Moe, H.; Bardeel, J.) se centran en estudiar temas como la financiación, la regulación, el contenido y la audiencia de la televisión pública, así como su relación con el mercado y las políticas gubernamentales.
- Medios de comunicación y política: los autores más influyentes que se agrupan en este bloque (Hallin, D.C.; Aalberg, T.; Brevini, B.; Mcquail, D.; Sehl, A.; Newman, N.) se centran en analizar la representación de la política en los medios, el poder de los medios en la sociedad, la cobertura mediática de los procesos políticos y el impacto de los medios en la opinión pública.
- Influencia de los medios de comunicación en la opinión pública: los autores más influyentes que se agrupan en este bloque (Benson, R.; Bourdieu, P.; Curran, J.; Pickard, V.; Habermas, J.) se centran en temas como la naturaleza y el alcance de la influencia de los medios en la opinión pública, las estrategias utilizadas por los medios para influir en la opinión pública, las relaciones entre los medios y las audiencias y el papel de los medios en la formación de la opinión pública.

4) Una red de co-palabras de cuatro grupos temáticos que permiten entender el papel de los medios de comunicación en la sociedad, comprender las características únicas y los desafíos actuales en la libertad de expresión y la democracia en diferentes contextos y países, así como, desarrollar políticas y estrategias de comunicación efectivas.

- Comunicación de noticias: este grupo temático se refiere al estudio de la producción, distribución y consumo de noticias y su impacto en la sociedad.
- Comunicación de masas: este grupo temático se refiere al estudio de cómo se transmiten los mensajes a través de los medios de comunicación masivos, como la televisión, la radio, los periódicos y las redes sociales, y cómo estos mensajes afectan a la sociedad.
- Periodismo europeo: Este grupo temático se refiere al estudio del periodismo en Europa, incluyendo la producción, distribución y consumo de noticias en diferentes países y contextos culturales de Europa.
- Periodismo global: este grupo temático se refiere al estudio del periodismo a nivel mundial, incluyendo la producción, distribución y consumo de noticias en diferentes países y contextos culturales en todo el mundo.

En resumen, el estudio presentado ha utilizado técnicas de análisis de citación, co-citación y co-palabras para investigar el estado actual de la investigación en medios de comunicación públicos y el ecosistema digital. Los resultados obtenidos han permitido identificar las principales tendencias y fundamentos teóricos en este campo. Para futuras investigaciones podrían replicarse estos análisis para profundizar en otros temas y expandir la búsqueda en otras bases de datos de prestigio, como Scopus, entre otras.

5. Referencias

- Aalberg, T. (2010). Mektige meningsmålinger? Journalisters og politikeres oppfatning av meningsmålingers troverdighet og innflytelse. *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 51(3), 445-459. <https://doi.org/10.18261/ISSN1504-291X-2010-03-05>
- Aalberg, T., Papathanassopoulos, S., Soroka, S., Curran, J., Hayashi, K., Iyengar, S., ... & Tiffen, R. (2013). International TV news, foreign affairs interest and public knowledge: A comparative study of foreign news coverage and public opinion in 11 countries. *Journalism Studies*, 14(3), 387-406. <https://doi.org/doi:10.1080/1461670X.2013.765636>
- Arencibia-Jorge, R., Vega-Almeida, R. L. y Carrillo-Calvet, H. (2020). Evolución y alcance multidisciplinar de tres técnicas de análisis bibliométrico, *Palabra Clave*, 10(1). <https://doi.org/10.24215/18539912e102>
- Bardoel, J. (2003). Back to the public? Assessing public broadcasting in the Netherlands. *Javnost-The Public*, 10(3), 81-95. <https://doi.org/10.1080/13183222.2003.11008836>
- Bardoel, J., & d'Haenens, L. (2008). Reinventing public service broadcasting in Europe: prospects, promises and problems. *Media, culture & society*, 30(3), 337-355. <https://doi.org/10.1177/0163443708088791>
- Brevini, B. (2013). From public service to public media: the changing role of public service broadcasting in Europe. In *The future of public service communication* (pp. 15-34). Springer.
- Bolognesi, M. L. (2023). La post pandemia y nuevos hábitos de consumo de productos audiovisuales: Streaming, narrativas transmedia y experiencias personalizadas. *Millcayac-Revista Digital de Ciencias Sociales*, 10(18), 1-11.
- Castillo, A., Rubio, A. y Almansa, 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>
- Casado, M. Á., Guimerà, J. À., Bonet, M., & Llavador, J. P. (2022). Adapt or die? How traditional Spanish TV broadcasters deal with the youth target in the new audio-visual ecosystem. *Critical Studies in Television*. <https://doi.org/10.1177/17496020221076983>
- Curran, J., Iyengar, S., Brink Lund, A., & Salovaara-Moring, I. (2009). Media system, public knowledge and democracy: A comparative study. *European journal of communication*, 24(1), 5-26. <https://doi.org/10.1177/0267323108098>
- de-Dios, S. C., Romero-Rodríguez, L. M. y Aguaded, I. (2020). El lenguaje como creador de realidades y opinión pública: análisis crítico a la luz del actual ecosistema mediático. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, 67, 139-157. <https://doi.org/10.17141/iconos.67.2020.3942>
- del-Rosario-González, L. (2019). Democracia, esfera pública y medios de comunicación. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 140, 25-44. <https://doi.org/10.15178/va.2019.149.25-44>
- Demir, Z. G., Sümer, F. E., & Karakaya, Ç. (2020). A Bibliometric Analysis of Public Relations Models. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 58, 105-132. <https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2020-0015>
- Donders, K. (2019). Public service media beyond the digital hype: distribution strategies in a platform era. *Media, Culture & Society*, 41(7), 1011-1028. <https://doi.org/10.1177/016344371985761>

- Enli, G. S. (2008). Redefining public service broadcasting: Multi-platform participation. *Convergence*, 14(1), 105-120. <https://doi.org/10.1177/1354856507084422>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. *McQuail's reader in mass communication theory*. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Gutiérrez-González C. y González Pardo R. (2021). Análisis de las publicaciones en “televisión pública”. *Historia y Comunicación Social*, 26(1), 291-305. <https://doi.org/10.5209/hics.66254>
- Habermas, J. (1989). The structural transformation of the public sphere, trans. Thomas Burger. *Cambridge: MIT Press*, 85(85-92), 180.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge university press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511790867>
- Jenkins, H., & Deuze, M. (2008). Convergence culture. *Convergence*, 14(1), 5-12. <https://doi.org/10.1177/1354856507084415>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Cambridge: Polity.
- Morales-Vargas, A., Pedraza-Jiménez, R. y Codina, L. (2022). Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza. *Revista Latina De Comunicación Social*, 80, 39-63. <https://acortar.link/572uRX>
- Morehouse, J., & Saffer, A. J. (2018). A bibliometric analysis of dialogue and digital dialogic research: mapping the knowledge construction and invisible colleges in public relations research. *Journal of Public Relations Research*, 30(3), 65-82. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2018.1498343>
- Orduña-Malea, E., & Costas, R. (2021). Link-based approach to study scientific software usage: The case of VOS viewer. *Scientometrics*, 8153-8186. <https://doi.org/10.1007/s11192-021-04082-y>
- Pari Tito, F., García-Peñalvo, F. J., y Pérez Postigo, G. (2022). Análisis bibliométrico de la desinformación mediática y fake news en las redes sociales. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(S2), 37-45.
- Prasetya, H. A., & Murata, T. (2020). A model of opinion and propagation structure polarization in social media. *Computational Social Networks*, 7(1), 1-35. <https://acortar.link/RxtFwn>
- Quevedo-Redondo, R., Antona-Jimeno, T., & Vicent-Ibáñez, M. (2022). Research on News Sharing. A Proposal of bibliometric analysis. *Communication & Society*, 285-298. <https://doi.org/10.15581/003.35.2.285-298>
- Rejeb, A., Rejeb, K., Abdollahi, A., & Treiblmaier, H. (2022). The big picture on Instagram research: Insights from a bibliometric analysis. *Telematics and Informatics*, 73, 101876. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101876>
- Rogel-Salazar, R., Santiago-Bautista, I., & Martínez-Domínguez, N. (2017). Latin American scientific journals of Communication indexed in WoS, Scopus and Open Access databases. *Comunicación y sociedad*, 30, 167-196

- Shu, S., & Liu, Y. (2021). Looking Back to Move Forward: A Bibliometric Analysis of Consumer Privacy Research. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(4), 727-747. <https://doi.org/10.3390/jtaer16040042>
- Van-Eck, N., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- Van-Dijck, J., & Poell, T. (2015). Making public television social? Public service broadcasting and the challenges of social media. *Television & new media*, 16(2), 148-164. <https://doi.org/10.1177/1527476414527136>
- Velt, H., Torkkeli, L., & Laine, I. (2020). Entrepreneurial ecosystem research: Bibliometric mapping of the domain. *Journal of Business Ecosystems (JBE)*, 1(2), 43-83. <https://doi.org/10.4018/JBE.20200701.oa1>
- Yarchi, M., Baden, C., & Kligler-Vilenchik, N. (2021). Political polarization on the digital sphere: A cross-platform, over-time analysis of interactional, positional, and affective polarization on social media. *Political Communication*, 38(1-2), 98-139. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1785067>
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational research methods*, 18(3), 429-472. <https://doi.org/10.1177/109442811456262>

AUTOR/ES:

Luis Antonio López Fraile

Universidad Europea de Madrid. España.

Doctor en Comunicación cum laude por la Universidad Europea de Madrid, licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la UCM (especialidades Sociolaboral y Comportamiento del Consumidor) y Máster en Dirección de Recursos Humanos y Organización por ESIC. Responsable de Prácticas Académicas y Empleabilidad y profesor desde el año 2001 de la Facultad de CC. Sociales y de la Comunicación de la Universidad Europea de Madrid. Ha realizado varias estancias internacionales en la Università degli studi di Bergamo (Italia). Ha desempeñado cargos de responsabilidad en la Universidad Europea de Madrid (director del Gabinete de Orientación al Empleo y Vicedecano de Comunicación Empresarial de la Facultad de Comunicación). Áreas de investigación: la empleabilidad, la comunicación y las TIC aplicadas a la docencia.

luis.lopez@universidadeuropea.es

Índice H: 3

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-4997-1815>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=fTfSdKoAAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Luis-Fraile>

Eva Jiménez García

Universidad Europea de Madrid. España.

Doctora en Ciencias de la Educación por la Universidad Complutense de Madrid (2017) obteniendo sobresaliente cum laude y el Premio Extraordinario de Doctorado. Acreditada en la figura de Profesor Contratado Doctor. Directora Académica de la Universidad Europea y directora de la Cátedra de Medición y Evaluación del Talento. Miembro del Grupo de Investigación de Medida y Evaluación de Sistemas Educativos de la Universidad Complutense de Madrid y del Grupo de Investigación en Innovación Educativa de la Universidad Europea de Madrid. Miembro del Consejo Evaluador de la Revista Complutense de Educación y Revista de Educación. Miembro del Consejo Asesor de la Revista Tendencias Pedagógicas. Actividad investigadora centrada en evaluación, análisis y medición educativa.

eva.jimenez@universidadeuropea.es

Índice H: 5

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-6541-3517>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55628257100>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=4TJvKLYAAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Eva-Jimenez-Garcia>

Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=3298845>

Miguel Ángel Alonso Guisande

Universidad Europea de Madrid. España.

Doctor en Comunicación cum laude por la Universidad Europea de Madrid. Ingeniero de Telecomunicaciones con especialidad en imagen y sonido. Graduado en Comunicación Audiovisual y Máster en Ingeniería Acústica, Arquitectónica y Medioambiental. Autor de comunicaciones y ponencias presentadas en congresos internacionales, así como de artículos en revistas especializadas. Ha desarrollado su trayectoria profesional en distintas empresas nacionales e internacionales broadcast así como en el sector de la producción. Ha realizado una estancia internacional en Santa Fe University of Arts and Design en Nuevo México, EEUU. Su labor investigadora se centra en el ámbito de la tecnología audiovisual, la producción cinematográfica y el sonido, con especial relevancia en el estudio de la acústica aplicada a sistemas audiovisuales y entornos *broadcast*.

miguelangel.alonso@universidadeuropea.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-2758-6024>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=RYyut9AAAAAJ>

Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=4607617>