

Estudio bibliométrico de la producción científica sobre la pandemia COVID-19 en las revistas de comunicación iberoamericanas

A bibliometric study of the scientific production regarding the COVID-19 pandemic published in communication journals edited in Spanish

María Teresa Santos

Universidad del País Vasco,
Bilbao, España
mariateresa.santos@ehu.eus
<http://orcid.org/0000-0002-2494-3279>

Carmen Peñafiel

Universidad del País Vasco,
Bilbao, España
carmen.penafiel@ehu.eus
<http://orcid.org/0000-0003-0862-6393>

María Milagros Ronco

Universidad del País Vasco,
Bilbao, España
milagros.ronco@ehu.eus
<https://orcid.org/0000-0002-4571-0845>

Resumen

El artículo analiza la producción científica sobre la COVID-19 en las revistas Iberoamericanas de comunicación indexadas en *Scimago Journal Ranking* (SJR) Scopus en Q1, Q2, Q3 y Q4. Mediante una metodología de análisis de contenido, se identifica el número de artículos, autorías y género, su financiación, afiliación institucional, tema dominante y se establecieron las diferencias según cuartil y revistas. Los resultados muestran un predominio de artículos con dos o tres autorías y una mayor presencia de mujeres. En cuanto a la procedencia, destaca el ámbito estatal, principalmente, de las universidades de Madrid y Barcelona. Respecto a los contenidos, se consolidan los entornos digitales, sobre todo la plataforma Twitter (hoy, X) por su capacidad de compartir y difundir ideas de manera rápida. Le siguen los medios de comunicación convencionales, la desinformación y comunicación corporativa. Como conclusión, se constata que para los editores de revistas de comunicación o los propios autores no ha resultado un tema prioritario y han mostrado escaso interés por publicar sobre la pandemia COVID-19 en los cuartiles inferiores. No obstante, las revistas mejor posicionadas se adaptaron a la situación y tampoco resultó un obstáculo asumir los costes que supone la publicación y la traducción de sus artículos por parte de los investigadores.

Palabras clave: Estudios de comunicación, revistas de comunicación, producción científica, mujer en la comunicación, pandemia.

Abstract

The article analyzes the scientific production regarding the COVID-19 pandemic published in communication journals edited in Spanish and indexed in the *Scimago Journal Ranking* (SJR) Scopus in Q1, Q2, Q3 and Q4, in July, 2022. By conducting a content analysis, we identified: the number of articles, authors and gender, funding, institutional affiliation, and main subject; the differences were established according to quartile and journals. The results show a predominance of articles with two or three authors and a higher presence of women. In terms of institutional affiliation, they are mainly from the universities of Madrid and Barcelona. Regarding the main subjects, we observed the consolidation of digital environments, specially Twitter (now, X) due to its features for quickly sharing and spreading content. It is followed by the conventional news media, disinformation and corporate communication. In conclusion, we can verify that for the editors of Communication journals or the authors themselves it was not a priority issue, and they have shown little interest in publishing about COVID-19 in the lower quartiles. Nevertheless, the best placed journals from the beginning of the pandemic adapted to the situation and were quite prepared to assume the costs incurred by the publication and translation of research articles.

Keywords: communication; communication journals; scientific production; woman; pandemic.

1. Introducción

El acrónimo COVID-19 (Corona Virus Disease) es la denominación que la World Health Organization (WHO, 2020) dio a la enfermedad infecciosa provocada por el virus SARS-CoV-2 (Villa, 2020). La primera noticia se facilitó el 31 de diciembre del 2019 (Johns Hopkins University, 2020), cuando el gobierno chino informó de los primeros casos de un desconocido tipo de neumonía en la ciudad de Wuhan (Jin *et al.*, 2020). En enero de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró el brote producido por coronavirus 2019-nCoV, como una emergencia de salud pública de nivel internacional. El 11 de marzo de 2020, ante la propagación a escala mundial de la enfermedad, el director general de la OMS, Adhanom-Ghebreyesus, lo caracterizó como una pandemia. La crisis sanitaria desencadenó una reacción de la comunidad científica de carácter multidisciplinar en campos como medicina, la tecnología o las ciencias sociales en la búsqueda de soluciones que ha generado una gran producción científica de tal modo, que las revistas científicas se convirtieron en un foro de reflexión académica de expertos (Torres, 2020). Con el fin de dar respuesta a esta situación, editoriales como Elsevier, Springer o Emerald crearon centros de recursos y se unificaron en una única *web* para compartir todas sus publicaciones en acceso abierto sobre la COVID-19 (JAMA, BMJ, Science, Oxford, Cambridge o New England).

En situación de pandemia se multiplica la información sobre ciencia y salud, donde los periodistas juegan un papel determinante a la hora de evitar la difusión de noticias falsas al público (Lewis *et al.*, 2019; Elías y Catalán, 2020). Los medios contribuyen a la concienciación y a la promoción de la salud, convirtiéndose en intermediarios en la comunicación sanitaria (Mheidly y Fare, 2020). Desde el campo de la comunicación son muy numerosos los análisis realizados en este sentido. Destacan los entornos digitales y las redes sociales (Casero, 2020; Pérez *et al.*, 2020). Asimismo, se generaliza el término *fake news* (Aguado y Bernaola, 2020; Pérez *et al.*, 2020) y, con ello la publicación de artículos desde el ámbito académico (Casero, 2020; Benavent *et al.*, 2020; Román *et al.*, 2020; Noain, 2021; Martínez, 2022), la desinformación sobre COVID-19 (García y Merino, 2022; Villar *et al.*, 2022). Se busca información en televisión (Montaña, 2020;

Túñez *et al.*, 2020; Silva *et al.*, 2022) y radio (Rodero, 2020; Guarinos y Martín, 2022). Se estudia la comunicación desde las instituciones y la prensa durante la crisis y su uso por políticos (Manfredi *et al.*, 2021; Tous y Dergacheva, 2021; Herrera *et al.*, 2021). También resulta de interés la cobertura mediática que los periódicos otorgan a los virus (Rodríguez y Herrera 2020; Núñez *et al.*, 2020; Reguero *et al.*, 2021) o el comportamiento de los usuarios de la comunicación (Igartua *et al.*, 2020) y el uso institucional por parte de los políticos (Costa y López, 2020; Losada Díaz *et al.*, 2020; Ferrer *et al.*, 2020; Rivas *et al.*, 2021). Asimismo, se analiza la información sobre las vacunas (Rodríguez *et al.*, 2022; Hernández y Giménez, 2021; Arza, 2021; Peña *et al.*, 2022) y los movimientos en su contra (Calvo *et al.*, 2022). Además, los modelos de enseñanza y la transformación digital en educación superior (Acosta *et al.*, 2021), escolar (Serrano *et al.*, 2021; Souza *et al.*, 2022), y las percepciones del profesorado universitario en entornos virtuales y la enseñanza a distancia (Mateus *et al.*, 2021).

En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo conocer la respuesta que las revistas iberoamericanas indexadas en la categoría temática de comunicación dieron ante la crisis generada por la pandemia.

2. Marco teórico

La investigación española en comunicación desde los años noventa se ha consolidado, a través de sistemas de evaluación (Soriano, 2008) y normas más rigurosas (Prado, 2017), hasta convertirse en el país hispanohablante con más presencia en las bases de datos *Social Sciences Citation Index* de la *Web of Science* (Rodríguez *et al.*, 2022). Numerosos estudios evidencian un incremento de la investigación en este campo (Park y Leydesdorff, 2009; Koivisto y Thomas, 2011; Montero *et al.*, 2018), así como una mayor visibilidad de los autores españoles en revistas de ámbito internacional y en bases de datos (Prado, 2017; Fernández y Masip, 2013; Escribà y Cortiñas, 2013). Otros estudios evidencian el aumento de citas en ESCI, aunque destacan que, a pesar de tener la mayor producción por número de artículos en *Web of Science*, su impacto es menor (Moreno *et al.*, 2021). De modo que pro-

ducción e impacto no guardan relación (Trabadela *et al.*, 2020). Son referentes los artículos publicados sobre tesis doctorales (Caffarel *et al.*, 2017), congresos (Rodríguez, 2016); revistas nacionales o internacionales (Castillo y Carretón 2010; Fernández *et al.*, 2013); sobre *WoS* (De-Filippo, 2013); *Scopus* (Costa, 2017); metodologías y estudios cuantitativos del periodismo (Martínez y Saperas, 2011; Castillo y Carretón, 2010; Martínez y Saperas, 2019); autoría (Escribà y Corti, 2013) y enfoque investigador (Goyanes y Rodríguez, 2018); orientación metodológica (De Haro *et al.*, 2011); producción científica en comunicación (Sánchez *et al.*, 2015) y su evaluación, entre otros (Giménez, 2015). Además de las áreas temáticas en periodismo (*framing*, *agenda setting*) hay otros estudios enfocados a roles y culturas profesionales del periodismo y la comunicación digital (Carrasco y Saperas, 2022). Otro aspecto abordado es el progreso científico de los estudios en comunicación desde una perspectiva descriptiva, constatando un crecimiento de investigaciones empíricas, especialmente relacionado con el análisis de contenido (Goyanes *et al.*, 2018). En América Latina las publicaciones son escasas y proceden mayoritariamente del ámbito universitario. Destaca la heterogeneidad de los temas y la importancia de los grupos de investigación (Chaparro y Dennis, 2022), la inclusión en *Web of Science* y *Scopus* (Rogel-Salazar, 2017), así como la escasa presencia en las principales bases de datos (Gonzalez-Pardo *et al.*, 2020; Rogel *et al.*, 2017). También se evidencia el incremento de publicaciones científicas por parte de las mujeres que proceden de las universidades públicas (Rosique y Rodríguez, 2022).

3. Metodología

El artículo se propone conocer la evolución temporal de las investigaciones referidas al COVID-19. El corpus lo constituyen las revistas Iberoamericanas indexadas en *Scimago Journal Ranking* (SJR) *Scopus* en Q1, Q2, Q3 y Q4, en julio de 2022, en la categoría temática de *Comunicación/Communication*, que son los sistemas de referencia en el mundo de la evaluación científica. Destaca la importancia del factor de impacto como herramienta de estructuración para las revistas y los investigadores (Castilo-Esparcia, 2012). Se trata de publicaciones científicas periódicas que responden a un posicio-

namiento temático como factor de especialización, una trayectoria con acreditada calidad y tesauros configurados a partir de las palabras clave en sus artículos. Tienen visibilidad y acceso abierto de manera gratuita en sus páginas web y a través de múltiples plataformas, bases de datos, redes sociales académicas y genéricas, canales de vídeos e imagen. Son rigurosas, utilizan la plataforma OJS y un sistema de revisión externo (*peer-review*) especializado en comunicación. Asimismo, implica a los autores con códigos éticos con respecto a la originalidad de los trabajos, acceso a los datos, conflicto de intereses, corrección de errores y responsabilidad. A los revisores se les pide confidencialidad, crítica honesta y constructiva y a los editores, que garanticen la ética, compromiso y respeto. Además, cuentan con un comité científico internacional y utilizan controles de plagio.

La metodología empleada fue el análisis de contenido cuantitativo, por considerarlo adecuado en este tipo de investigaciones siguiendo a autores de referencia académica (Berelson, 1952; Wimmer y Dominick, 1996). Asimismo, posibilita al investigador la subjetividad para encontrar lo oculto (Bardin, 2002; Lombard *et al.*, 2002). La unidad de análisis la constituyen todos los artículos de investigación publicados con independencia del idioma (español, inglés y portugués), la sección, números temáticos o monográficos sobre COVID-19, desde marzo de 2020 hasta diciembre de 2022. La revisión sistemática de los artículos se realizó desde los portales web de las revistas mencionadas (**Tabla 1**). Como resultado de la búsqueda se han encontrado 264 artículos distribuidos del siguiente modo: Q1 (n=105, 38,7%), Q2 (n=104, 39,3%), Q3 (n=48, 18,1%) y Q4 (n=7, 2,6%). También se diseñó una ficha específica de codificación teniendo en cuenta los criterios seguidos por otros autores en investigaciones similares. Se consideran las siguientes variables:

- Título o nombre de la revista con el fin de identificarla (Tur-Viñes *et al.*, 2014; Aguado, 2022), además sirve para distinguirla del resto (Ruiz *et al.*, 2007).
- Fecha de la publicación y cuartil al que pertenece (Chaparro y Hernán, 2022).
- Volumen de artículos españoles e internacionales publicados (Herrera *et al.*, 2020; Aguado, 2022).
- Número artículos publicados en cada revista (Goyanes *et al.*, 2018).

- Autorías de los artículos (Herrera-Viedma *et al.*, 2020; Aguado, 2022; Chaparro y Hernán, 2022; Martínez y Saperas, 2011).
- Número de autores (Goyanes *et al.*, 2018; Aguado, 2022).
- Sexo: Diferencias de género (hombre y mujer) (Goyanes *et al.*, 2018; Aguado 2022; Chaparro y Hernán, 2022; Rosique y Rodríguez, 2022).
- Procedencia geográfica de los autores de los artículos (Goyanes *et al.*, 2018)
- Universidad de afiliación (Herrera *et al.*, 2020; Rosique y Rodríguez, 2022; Redondo y Caffarel, 2022).
- Financiación. Si es el resultado de un proyecto o cuenta con el apoyo de un grupo de investigación (Goyanes *et al.*, 2018; Chaparro y Hernán 2022).
- Temática. Entornos digitales, desinformación, medios impresos, comunicación corporativa, salud/ información científica, temas sociales, medios audiovisuales, enseñanza, periodistas y otros (Martínez *et al.*, 2013; Goyanes *et al.*, 2018; Herrera -Viedma *et al.*, 2020; Redondo y

Caffarel, 2022; Aguado, 2022; Chaparro y Hernán, 2022).

El presente artículo pretende dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿Cuál es la producción científica sobre COVID-19 en primer, segundo, tercer y cuarto cuartil? ¿Cuál es la autoría de los artículos? ¿Qué revistas cuentan con mayor presencia de mujeres investigadoras y en qué cuartil y autorías? ¿Qué universidades destacan por el volumen de producción científica en comunicación con financiación? ¿Cuál es la procedencia geográfica de las autorías? ¿Cuáles son las áreas temáticas dominantes?

La fiabilidad (*intercoder reliability*) se realizó mediante una doble codificación independiente de una submuestra (n=132, 50%). El coeficiente Kappa de Cohen (K) arrojó una fiabilidad del 0,98. Un resultado válido (≥ 80) según autores como Landis y Koch 1977; Igartua, 2006), que garantiza la fiabilidad de los resultados obtenidos.

Tabla 1. Revistas en la categoría de comunicación (julio 2022)

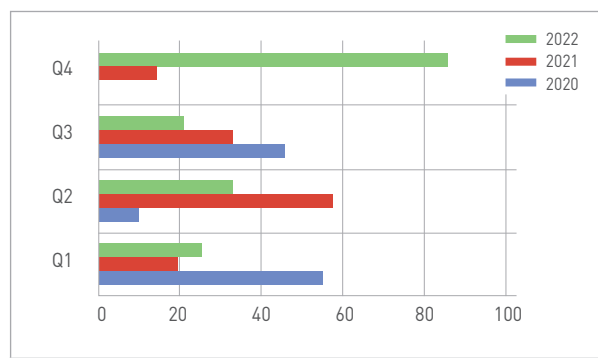
Q1	País	Q2	País	Q3	País	Q4	País
Comunicar (15)	España	Communication and Society (5)	España	Comunicación y Sociedad (Mexico) (6)	México	Fonseca (1)	España
Media and Communication (14)	Portugal	Revista de Comunicación (6)	Perú	Trípodos (19)	España	Media and Jornalismo (4)	Portugal I
Revista Latina de Comunicación Social (25)	España	Icono14 (1)	España	Anàlisi (2)	España	Comunicacao Mídia e Consumo (3)	Brazil
Profesional de la Información (51)	España	Revista Mediterránea de Comunicación (1)	España	Brazilian Journalism Research (9)	Brazil		
		Historia y Comunicación Social (14)	España	Doxa Comunicación (7)	España		
		Interface: Communication, Health, Education (27)	Brazil	Información y Comunicación (2)	España		
		Estudios Sobre el Mensaje Periodístico (7)	España	Perspectivas Sociales (3)	México		
		Palabra Clave (7)	Colombia				
		Cuadernos. inf (12)	Chile				
		Ciencias Sociales (24)	Venezuela				

Fuente: Elaboración propia.

4. Resultados

Durante el periodo de tiempo analizado se han contabilizado 264 artículos distribuidos del siguiente modo: Q1 (38,7%), Q2 (39,3%), Q3 (19,0) y Q4 (2,7%). En cuanto a la cobertura temporal, como indica el **Gráfico 1**, en 2021 se publican más artículos (36,7%) que en 2020 (34,0%) y en 2022 (29,1%).

Gráfico 1. Número total de artículos publicados por año y cuartil

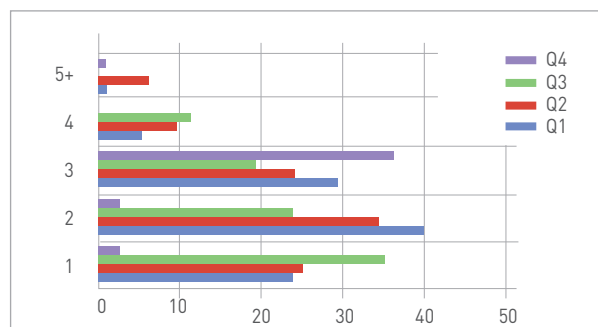


Fuente: Elaboración propia.

4.1 Autoría de los artículos

Respecto a su autoría el 75,5% de los artículos son trabajos colectivos, frente al 24,4% con autor único. Predominan los firmados por dos investigadores (35,3%) seguido de tres (28,3%) y uno (24,4%). No obstante, se producen diferencias (**Gráfico 2**). Así, en Q1 se presentan mayoritariamente artículos publicados por dos y tres autorías (37,7% y 33,5%), mientras que en Q2 destacan los firmados por dos y uno (35,6% y 32,1%). Por su parte en Q3 son más numerosos los artículos con uno y dos autores (35,5% y 33,3%) y en Q4 hay más de cuatro (44,4%).

Gráfico 2. Número de autores de los artículos publicados en cada cuartil

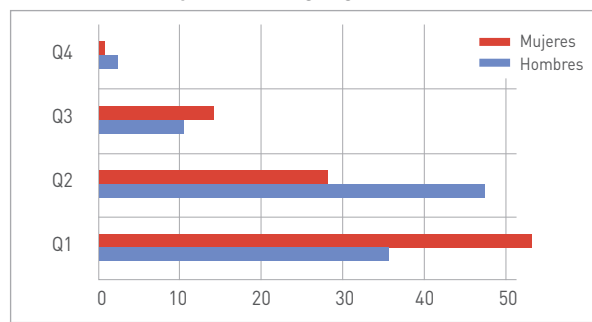


Fuente: Elaboración propia.

4.2 Autores según género

En las investigaciones en comunicación, los temas de género están presentes de diversas maneras (Lozano *et al.*, 2020). De los artículos publicados el 56,6% son de autoría de mujeres y el 43,3% por hombres (**Gráfico 3**). No obstante, en Q1 hay mayor presencia de hombres (53,1% y 46,8%), mientras que en Q2 y Q3 sucede lo contrario, es decir son más las mujeres (68,3% y 50,5% respectivamente), que los hombres (31,6% y 49,4%). En Q1 se publican más artículos (44,0%), destacando la revista *Profesional de la Información* (45,8%) con más presencia masculina (52,6% y 38,0%) y *Latina de Comunicación Social* (25,8%) con más mujeres (32,5% y 20,3%). Por su parte, en Q2 con menor número de artículos (39,8%), pero más mujeres (68,3%) que hombres (31,6%). En cuanto a las revistas en *Interface* (45,5%) predominan las mujeres (75,4%), de igual modo que en *Palabra Clave* y *Cuadernos Info* (60,8% cada una). En Q3 (13,3%) también hay más autoras (50,5% y 49,4%), no obstante en *Trípodos* (47,1%) publican más los hombres (51,2% y 48,7%) y en *Brazilian Journalism Research* (18,3%) las mujeres (68,7% y 31,2%). En Q4, que solo supone el 2,7% con una clara mayoría de mujeres (72,2%) que lo hacen preferentemente en *Media Journalism* (66,6%). Atendiendo al ítem de autoría predominan los artículos con dos firmas (41,3% mujeres y 37,5% hombres). Situación que se repite en Q1, (31,2% mujeres y 38,7% hombres) y en Q2 (31,2% y 41,6%), mientras que en Q3, son autor único (31,1% y 39,5%).

Gráfico 3. Autores por cuartil según género



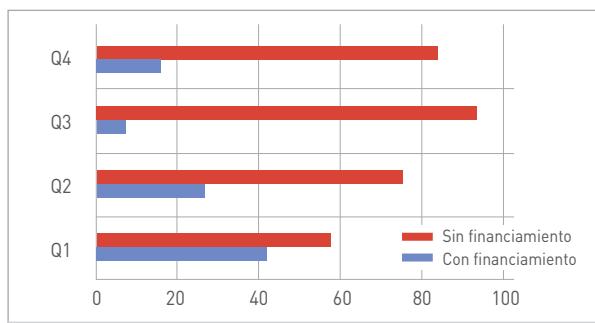
Fuente: Elaboración propia.

4.3 Financiamiento de las investigaciones

El 72,2% de los artículos carecen de financiación en todos los cuartiles (Q1 57,9%, Q2 74,0%, Q3

93,4% y Q4 85,7%), frente al 27,7% que si cuenta con ella (Q1 42,0%, Q2 25,9%, Q3 6,5% y Q4 14,2%) (**Gráfico 4**). En España, se trata de proyectos financiados por el Ministerio de Ciencia e Innovación (27,5%), seguido de Programas de Universidades españolas (23,1%) como Salamanca, Murcia y la Universitat Politècnica de València. En el ámbito internacional, cuenta con mayor representatividad el Instituto de Investigación Científica de la Universidad de Lima, Perú; Azuay y Cuenca, en Ecuador, o del Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Projectuales (INSOD) de la Universidad Argentina de la Empresa. Asimismo, las aportaciones económicas proceden de las convocatorias europeas como es el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) (14,4%) y del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (7,2%). Teniendo en cuenta los cuartiles, en Q1 corresponden al Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (34,1%), de las Universidades (21,9%) y Feder (19,5%). En Q2 y Q3 los fondos son de la universidad (20,8% y 66,6%) y Ministerio de Ciencia e Innovación (12,5% y 33,3%). Por su parte en Q4 solo hay un artículo financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España.

Gráfico 4. Financiación de los artículos publicados en cada cuartil



Fuente: Elaboración propia.

4.4 Procedencia de los artículos

Los artículos proceden en su mayoría de la universidades españolas (54,1%), aunque con diferencias (Q1 71,1%, Q2 35,0%, Q3 63,1% y Q4 (33,3%). Las Comunidades Autónomas más recurrentes son: Madrid (13,2%), con la Universidad Complutense y la Universidad Carlos III de Madrid, seguida de Cataluña (11,2%), con la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universitat Pompeu Fabra. Le sigue Andalucía (10,0%); Castilla-León (4,7%), destacando las Universidades de Salamanca y Va-

lladolid. Por su parte, con menor presencia están: Extremadura, Aragón y Cantabria. Atendiendo a los cuartiles, en Q1 proceden las investigaciones de Madrid y Cataluña (16,5% y 14,0% respectivamente), opción que se repite en Q2 (11,1% y 6,8%). Por su parte, en Q3 el origen es Andalucía y Cataluña (15,7% cada una) y en Q4 La Rioja y Cataluña (16,6% y 11,1%).

En Internacional (45,5%) se distribuyen del siguiente modo: Q1 (28,1%), Q2 (64,9%), Q3 (36,8%) y Q4 (66,6%). Son más numerosas las investigaciones de los países latinoamericanos (34,4%) coincidiendo en todos los cuartiles (Q1 11,6%, Q2 61,7%, Q3 22,1% y Q4 38,8%), resultando Brasil y Colombia los lugares que acaparan mayor productividad. A distancia está Europa (6,8%), EE.UU. (1,4%) y otros lugares (2,9%) como Australia, Taiwán, India, China, Nigeria, Filipinas y Kuwait.

4.5 Temas investigados

La temática relacionada con los entornos digitales es la más recurrente (21,9%), seguida de desinformación (15,1%) y medios impresos en Q4 (42,8%) (**Tabla 2**).

Los entornos digitales, entendiendo como tales el conjunto de herramientas de internet: aplicaciones y portales que permiten poner en contacto a los usuarios con las plataformas. Una temática que supone el 21,9% de las investigaciones realizadas Q1 (30,4%), Q2 (10,5%), Q3 25,0% y Q4 (42,8%), aunque con predominio de los hombres (17,6% y 12,8%). Se analiza la calidad de las plataformas, destacando Twitter por su capacidad de compartir y difundir ideas de manera rápida. Se aborda la transparencia sobre coronavirus en diversos ámbitos, se comprueba la situación de los desórdenes informativos y se verifica la difusión de noticias falsas. También se investiga la predisposición para recibir la vacuna y la difusión de información médica y desinformación durante la pandemia. A su vez, los dispositivos móviles y los *martphone*, resultan los mejor valorados para las compras *online*. La desinformación supone el 15,1% con más presencia de hombres (9,9% y 5,3%) en los distintos cuartiles (Q1, 21,9%, Q2, 12,5% y Q3, 8,3%). Se reparte entre: bulos (20,6%), *fake news* (16,5%), desinformación (11,9%) e infodemia (4,1%).

Tabla 2. Temática dominante en cada cuartil

	Q1		Q2		Q3		Q4		Total	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Entornos digitales	32	30,4	11	10,5	12	25,0	3	42,8	58	21,9
Desinformación	23	21,9	13	12,5	4	8,3	0	0,0	40	15,1
Medios impresos	14	13,3	12	11,5	9	18,7	3	42,8	38	14,3
Comunicación corporativa	16	15,2	13	12,5	7	14,5	0,0	0,0	36	13,6
Salud/Información científica	2	1,9	27	25,9	5	10,4	0,0	0,0	34	12,8
Temas Sociales	7	6,6	16	15,3	3	6,2	1	14,2	27	10,2
Medios audiovisuales	2	1,9	4	3,8	7	14,5	0,0	0,0	13	4,9
Enseñanza	6	5,7	6	5,7	0,0	0,0	0,0	0,0	12	4,5
Periodistas	3	2,8	2	1,9	1	2,0	0,0	0,0	6	2,2
Otros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	105		104		48		7		264	

Fuente: Elaboración propia.

Las investigaciones referentes a medios impresos (14,3%) de los cuales el 8,7% son firmados por hombres y el 5,6% por mujeres (Q1, 13,3%, Q2, 11,5%, Q3, 18,7% y Q4, 42,8%). Se aborda la cobertura mediática que los periódicos otorgan a los virus, los artículos de opinión de SARS a COVID-19, los encuadres de las portadas en los diarios generalistas y el consumo de medios por parte de los usuarios.

En comunicación corporativa (13,6%) hay mayor número de artículos de mujeres (7,9% y 5,7%). Se incluyen las acciones tomadas por parte de los gobiernos, organismos internacionales, así como de declaraciones y desmentidos con respecto a la pandemia (Q1 15,2%, Q2 12,5% y Q3 14,5%). Se analiza la comunicación desde las instituciones y la sobreexposición del discurso institucional, las guías y criterios éticos más recurrentes, la influencia de la comunicación oficial y se identifican los personajes, instituciones, temas y las estrategias comunicativas de los diferentes gobiernos.

En los contenidos de salud (12,8%) destacan las mujeres (9,4% y 3,4%), con diferencias importantes (Q1 1,9%, Q2 25,9% y Q3 10,4%). Se refieren al virus, la vacunación en aspectos como la desinfor-

mación y la oposición a vacunarse, además abordan el sufrimiento psíquico o cuidados paliativos entre otros. En el ámbito social (10,2%), tienen más publicaciones las mujeres (7,1% y 5,7%) (Q1 6,6%, Q2 15,2% y Q3 6,2%). Se ocupan de temas como la presencia de militares, policías, alimentación, minorías y ámbito rural entre otros.

En las investigaciones en medios audiovisuales (4,9%) (Q1, 19,4%, Q2, 3,8% y Q3, 14,5%) destacan el impacto en el consumo de televisión, la producción audiovisual española, efectos del confinamiento y la pandemia en los anuncios y las series de televisión. Mientras que en radio analizan los hábitos de escucha, del consumo y la percepción que los oyentes tienen de la radio.

5. Discusión y conclusiones

Durante el periodo de tiempo analizado se han encontrado 264 artículos en las revistas Iberoamericanas en la categoría temática de Comunicación/Communication, publicados en 23 revistas, unos datos que denotan que no constituye un tema prio-

ritario en algunas revistas de cuartiles inferiores (Q3 y Q4). Los resultados de la producción científica reflejan que en 2021 se publicaron el mayor número de artículos (36,7%), seguido de 2020 (34,0%) y 2022 (29,1%). En cuanto a cuartiles en 2020 destaca Q1 (55,2%) que acaparó el mayor porcentaje (44,4%) con revistas como *Profesional de la Información* (45,8%), y *Latina de Comunicación Social* (25,1%). Le sigue Q2 en 2021 (57,6%) con el 39,8% con trabajos en *Interface: Communication: Health, Education* (45,5%), *Palabra Clave* y *Cuadernos Info* (8,8% cada una). Por su parte en Q3 (18,8%) resulta 2020 el año más prolífero (45,8%) en revistas como *Trípodos* (47,1%) y *Brazilian Journalism Research* (18,3%). Se constata que las revistas que integran el primer cuartil, en marzo de 2020, iniciaron las publicaciones sobre el tema que supuso el 55,2% del total de los artículos. Datos en línea con los obtenidos en *Scopus* y *Web of Science* (Herrera *et al.*, 2020).

Respecto al número de autores predominan los artículos con dos firmas (35,3%) y tres (28,3%), resultados que marcan una tendencia similar a otros estudios (Chaparro & Fernández, 2022). Algo lógico si se tiene en cuenta que numerosas revistas rechazan investigaciones con más de tres autores. Sin embargo, supone un impedimento en la creación de equipos internacionales como indican otros trabajos previos (Aguado *et al.*, 2022; Masip, 2011; Casado & Fernández, 2013; Costa, 2017). Asimismo, se constata que el 24,4% corresponden a autoría única, aunque con tendencia decreciente, pero similares a los que se han venido dando en la producción científica española y en otros países con una investigación consolidada (FECYT, 2016). Sin embargo, se diferencia con respecto a los resultados obtenidos por Aguado *et al.*, (2022, p. 10). Las mujeres (56,6%) tienen mayor presencia que los hombres (43,3%), también se evidencia, por ejemplo, en los tramos de evaluación en ANECA (2021), en el campo de la Ciencias Sociales fueron denegadas el 7,88%, frente al 7,92% en el caso de los hombres. Datos equiparables a los obtenidos por Rodríguez *et al.*, (2022), que destaca la diferencia de 15 puntos de las mujeres en las revistas de América Latina. Sin embargo, discrepan de otros estudios, aunque referido a temas generales (Martínez & Saperas, 2011; Saperas, 2016; Chaparro & Dennis 2022; Aguado *et al.*, 2022; Rosique & Rodríguez 2022; Díaz, 2022; Cáceres & Díaz, 2022). Cabe destacar que se producen diferencias de género en Q1, con mayor presencia de hombres (53,1% y

46,8%) en revistas como *Profesional de la Información* (52,6% y 38,0%) y *Latina de Comunicación Social* (25,8%) con más mujeres (32,3% y 20,3%). En Q2 hay más autoras (68,3% y 31,6%), que eligen *Interface*, *Historia y Comunicación*, *Brazilian Journalism Research*, *Palabra Clave* y *Cuadernos Info*. En Q3 (18,1%), hay un mayor equilibrio (50,5% y 49,4%), destaca *Trípodos* (47,1%) con mayoría de hombres (51,2% y 48,7%). Por su parte, en Q4, aunque solo supone el 2,7%, hay una clara mayoría de mujeres (72,2%) que publican preferentemente en *Media Journalism*.

En cuanto a la financiación, el 71,4% de los artículos carece de ella frente al 28,5% que si la tiene (Q1 43,6% y Q2 24,7%). Predominan los proyectos financiados por el Ministerio de Ciencia, Innovación sobre todo en Q1 (34,1%), seguidos de Programas de Universidad (23,1%) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) (14,4%). En el ámbito Internacional procede del Instituto de Investigación Científica de la Universidad de Lima, Perú; Azuay y Cuenca, en Ecuador, o del Instituto de Ciencias Sociales. El 55,5% de los artículos son de universidades españolas (Q1 73,6% y Q3 65,9%), destacando Madrid (Complutense y Carlos III) y Cataluña (Autónoma y Pompeu Fabra). Resultados coincidentes con otros autores (Caffarel *et al.*, 2018; Rosique & Rodríguez, 2022; Aguado *et al.*, 2022). A su vez el 44,5 % corresponde a Internacional (Q2 34,2%, Q4 42,8%) con opciones mayoritarias los países latinoamericanos (33,9%) Brasil y México. Datos en la misma línea de autores como Rodríguez *et al.*, (2023). Le siguen Europa (5,6%), EE.UU. (1,5%) y otros lugares (2,6%) como Australia, Taiwan, India, China, Nigeria, Filipinas y Kuwait, aunque discrepan de Rosique y Rodríguez (2022). Destacan los contenidos referentes a entornos digitales (21,9%).

Respecto a la temática tratada, internet se consolida como medio más valorado por los consumidores frente a los tradicionales (Montaña *et al.*, 2020; Carrasco & Saperas, 2022). Twitter se convierte en el objeto de estudio por excelencia por su capacidad para el intercambio y la difusión de información, ideas y comentarios de manera rápida (Carrasco *et al.*, 2021). Le sigue la desinformación (15,1%), aunque con diferencias (Q1, 21,9%; Q2, 12,5% y Q3, 8,63%). A su vez, los medios de comunicación (14,3%), constituyen uno de los mayores retos para hacer frente a una pandemia en situaciones de riesgo (Moreno, *et al.*, 2020). Otros

asuntos tratados son comunicación corporativa (13,6%), con porcentajes inferiores a los obtenidos por Noain (2021, 880) que suponían el 21%, investigaciones relacionados con la salud (12,8%) o las prácticas periodísticas (2,2%). En cuanto a la diferencia de género las mujeres tienen como temas más recurrentes los entornos digitales (12,8%), salud (9,4%) y comunicación corporativa (7,9%) y los hombres los entornos digitales (17,6%), desinformación (9,9%) y medios impresos (8,7%).

Como conclusión podemos afirmar que, para las revistas analizadas, la COVID-19 no ha resultado un tema prioritario en cuartiles inferiores (Q3, 18,1% y Q4, 3,0%). No obstante, las revistas mejor posicionadas (Q1) como *Profesional de la Información*

y *Revista Latina de Comunicación*, desde el origen de la pandemia se han adaptado a las circunstancias y abordaron el tema con amplitud. Se constata una mayoría de autoras femeninas, pero en Q1 hay más autores y tratan temas relacionados con los entornos digitales. A su vez, en Q2 con mayor producción científica en 2021, predominan las mujeres con contenidos de salud sobre todo en *Interface*. También, hay que destacar que no ha resultado un obstáculo para los autores, asumir los elevados costes, que supone la publicación y las traducciones en algunas revistas, dado que solo la cuarta parte de los artículos fueron financiados. Resultados que se pueden interpretar en tanto la temática no se correspondía con los proyectos concedidos o debido a la falta de convocatorias en ese momento.

Referencias

- Acosta, F., Vilorio, D., Arteta, A. & Ospino, C. (2021). Determinantes del desempeño gerencial: Instituciones de Educación Superior del departamento Atlántico-Colombia frente al Covid-19. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVII (2), 296-308.
- Arza, S. (2021). El indudable beneficio de las Vacunas en la Pandemia COVID19. *Mem. Inst. Investig. Cienc. Salud*. 19(1), 3-5. <http://dx.doi.org/10.18004/mem.iics/1812-9528/2021.019.01.03>
- Aguado, G., Herrero, E. & Rolangela de Oliveira, E. (2022). Dinámicas de la producción científica española en las revistas de Comunicación en WoS. *Revista Española de Documentación Científica* 45(2), e326 <https://doi.org/10.3989/redc.2022.2.1854>
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Researches*. Free Press.
- Caffarel, C., Ortega, F. & Gaitán, J.A. (2017). Investigación en Comunicación en la universidad española en el período 2007-2014. *Profesional de la información*, 26 (2), 218-227. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.08>
- Calvo, D., Cano, L. & Llorca, G. (2022). COVID-19 vaccine disinformation on YouTube: analysis of a viewing network. *Communication & Society*, 35(2), <https://doi.org/10.15581/003.35.2.223-238>
- Cáceres, M. D. & Díaz, M. J. (2022). El liderazgo de la mujer en la investigación en comunicación en España. *Revista Española de Documentación Científica*, 45 (2), e324. <https://doi.org/10.3989/redc.2022.2.1859>
- Carrasco, Á. & Saperas, E. (2022). Los marcos teóricos en cinco revistas españolas de referencia sobre comunicación (2011-2021): entre la centralidad y la dispersión teórica. *Communication & Society*, 35(2), 155-168. <https://doi.org/10.15581/003.35.2.155-168>
- Carrasco, R. Martín, M.A., Villar, E. & Cuesta, U. (2021). Las vacunas contra la COVID en Twitter, redes, mensajes y bots. En Sotelo, J. (coord.), *Digital media: el papel de las redes sociales en el ecosistema educacional en tiempos de COVID-19* (pp. 485-498).
- Casado, M.A. & Fernández-Quijada, D. (2013). El estado de la investigación española en políticas de comunicación: una revisión bibliométrica (2002-2011). *Trípodos*, 32, 113-132. <https://doi.org/10.7764/cdi.54.51309>
- Casero, A. (2020). Impact of CoViD-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *Profesional de La Información*, 29(2), 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>

- Castillo, A., & Carretón, M.C. (2010). Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las revistas de comunicación en España. *Comunicación y Sociedad*, 23(2), 289-327. <https://doi.org/10.15581/003/23.2.289-327>
- Castillo, A., Rubio, Á., & 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>
- Costa, C. (2017). Análisis de la productividad y visibilidad en Scopus de los investigadores españoles en Comunicación. *Observatorio*, 11(3), 1-16. <https://doi.org/10.15847/obsOBS11320171030COVID-19>
- Costa, C. & López, X. (2020). Comunicación y crisis del coronavirus en España. Primeras lecciones. *Profesional de la información*, 29(3), e290304. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.04>
- Chaparro, H. & Cuéllar, D. (2022). Investigación académica de la comunicación: un balance de la investigación en comunicación en la Universidad de Lima (2016-2021). *Contratexto*, 37, 125-156. <https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n037.5703>
- De Filippo, D. (2013). La producción científica española en Comunicación en WOS. Las revistas indexadas en SSCI (2007-12). *Comunicar*, 21(41), 25-34. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-02>
- De-Haro, M., & Martínez, F. (2011). Análisis temático de los artículos sobre Historia del Periodismo publicados en las revistas científicas españolas de Comunicación. *Documentación de las ciencias de la información*, 34, 223-239. https://doi.org/10.5209/rev_DCIN.2011.v34.36455
- Elías, C., & Catalan, D. (2020). Coronavirus: Fear to "official" fake news boosts WhatsApp and alternative sources. *Media Commun.* 8, 462-466. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.3217>
- Escribà, E. & Cortiñas, S. (2013). La internacionalización y las coautorías en las principales revistas científicas de Comunicación en España. *Comunicar*, 21(41), 35-44. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-03>
- Fernández, D. & Masip P. (2013). Tres décadas de investigación española en comunicación: hacia la mayoría de edad. *Comunicar*, 2(41), 15-24. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-01>
- Ferrer, A., Calabuig, J.M., Peset, F., & Sánchez, I. (2020). Trabajar con datos abiertos en tiempos de pandemia: uso de covidDATA-19. *Profesional de la información*, 29 (4), e290421. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.21>
- García, D., & Merino, M. (2022). Desinformación anticientífica sobre la COVID-19 difundida en Twitter en Hispanoamérica. *Cuadernos.info*, (52),24-46. <https://doi.org/10.7764/cdi.52.42795>
- Giménez, E. (2015). La evaluación de la producción científica: breve análisis crítico (Evaluation of scientific production: short critical analysis). *Relieve*, 21(1), 1-9. <https://doi.org/10.7203/relieve.21.1.5160>
- Gonzalez, R., Repiso, R., & Arroyave, J. (2020). Revistas iberoamericanas de comunicación a través de las bases de datos Latindex, Dialnet, DOAJ, Scopus, AHCI, SSCI, REDIB, MIAR, ESCI y Google Scholar Metrics. *Revista Española de Documentación Científica*, 43 (4), e276. <https://doi.org/10.3989/redc.2020.4.1732>
- Goyanes, M. (2017). *Desafío a la investigación estándar en comunicación*. Crítica y alternativas. Editorial UOC.
- Goyanes, M., & Rodríguez, E. (2018). Investigación en comunicación en revistas científicas en España (2005-2015): de disquisiciones teóricas a investigación basada en evidencias. *Profesional de la Información*, 27(6), 128-1291. <https://doi.org/10.3145/>
- Guarinos, V., & Martín, D. (2022). Vejez y radio en la pandemia: el caso de la Cadena SER y Radio Nacional de España. *Cuadernos.info*, (51), 138-158. <https://doi.org/10.7764/cdi.51.27787>
- Hernández, I., & Giménez, T. (2021). YouTube as a Source of Influenza Vaccine Information in Spanish. *Int J Environ. Res Public Health*, 18(2), 727. <https://doi.org/10.3390/ijerph18020727>
- Herrera, E., López, J.R., Guallar, J., & Cobo, M.J. (2020). Global trends in coronavirus research at the time of COVID-19: A general bibliometric approach and content analysis using SciMAT. *Profesional de la información*, 29 (3) e290322. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.22>

- Igartua, J. (2006) *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación (Quantitative methods of research in communication)*. Bosch.
- Igartua, J.J., Ortega, F., & Arcila, C. (2020). Communication use in the times of the coronavirus. A cross-cultural study. *Profesional de la información*, 29 (3), e290318. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.18>
- Jin, Z., Du, X., & Yang, H., et al. (2020). Structure of Mpro from COVID-19 virus and discovery of its inhibitors. *Nature*, 582, 289–293. <https://doi.org/10.1038/s41586-020-2223-y>
- Koivisto, J., & Thomas, P. (2010). *Mapping communication and media research: Conjunctures, institutions, challenges*. Tampere University Press.
- Landis R., & Koch, G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33 (1), 159- 174. <https://doi.org/10.2307/2529310>
- Lewis, J., & Cushion, S. (2019). Think Tanks, Television News and Impartiality: The ideological balance of sources in BBC programming. *Journalism, Media and Culture*, 20, 1–20. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2017.1389295>
- Lombard, M., Snyder, J., & Bracken, C. (2002). Content analysis in mass communication: Assessment and reporting of intercoder reliability. *Human Communication Research*, 28(4), 587–604. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2002.tb00826.x>
- Lozano, C., Gaitán, J. A., Caffarel, C., & Piñuel, J.L. (2020). Una década de investigación universitaria sobre Comunicación en España, 2007- 2018 (A decade of scholarly research on Communication in Spain (2007-2018)). *Profesional de la Información*, 29, 1-16.
- Martínez, M., & Saperas, E. (2011). La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, 101-129. <https://doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-926-101-129>
- Martínez, M., Saperas, E., & Carrasco, A. (2019). Communication research in Spain over the past 25 years (1990-2014). Objects of study and research methods in the papers published by Spanish peer-reviewed communication journals). *Empiria: Revista de metodología en Ciencias Sociales*, 42, 37-69. <https://doi.org/empiria.42.2019.23250>
- Masip, P. (2011). Efecto ANECA: producción española en Comunicación en el Social Science Citation Index. *Anuario Think EPI*, 5, 206-210.
- Mateus, J.C., Andrada, P., del Rosario, C., Ugalde, C., & Novominsky, S. (2021) Perspectivas docentes para una agenda crítica en educación mediática post COVID-19. Estudio comparativo en Latinoamérica. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 70, 9-19, <https://doi.org/10.3916/C70-2022-01>
- Mheidly, N., & Fare, J. (2020). Leveraging media and health communication strategies to overcome the COVID-19 infodemic, *Journal of Public Health Policy*, 41, 410–420 <https://doi.org/10.1057/s41271-020-00247-w>
- Montaña, M., Ollé, C., & Lavilla, M. (2020). Impacto de la pandemia de Covid-19 en el consumo de medios en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 155-167. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1472>
- Montero, J., Cobo, M., Gutiérrez, M., Segado, F., & Herrera, E. (2018). A science mapping analysis of 'Communication' WoS subject category (1980-2013). *Comunicar*, 26 (55), 81-91. <https://doi.org/10.3916/c55-2018-08>
- Moreno, AL., Gorraiz, J., & Repiso, R. (2021). Assessing the publication output on country level in the research field communication using Garfield's Impact Factor. *Scientometrics*, 126 (7). <https://doi.org/10.1007/s11192-021-04006-w>
- Noain, A. (2021). Desinformación y COVID-19: Análisis cuantitativo a través de los bulos desmentidos en Latinoamérica y España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(3), 879-892.
- Park, H.W., & Leydesdorff, L. (2009). Knowledge linkage structures in communication studies using citation analysis among communication journals. *Scientometrics*, 81(1), 157-175. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-2119-y>

- Peña, S., Larrondo, A., & Morales, J. (2022). Comunicación política, institucional y medios de comunicación en tiempo de pandemia. Análisis del diálogo sobre vacunas en cinco países iberoamericanos. *Revista Comunicación*, 21 (1), 315-328. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A16>
- Pérez, J., Meso, K., & Mendiguren, T. (2020). Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en *Twitter*. *Profesional de la información*, 29 (3), e290308. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>
- Prado, E. (2017). *Política científica, publicación e internacionalización en el campo de la Comunicación en España*. En Martins, Moisés de Lemos (Ed.), *A internacionalização das comunidades lusófonas e ibero-americanas de Ciências Sociais e Humanas. O caso das Ciências da Comunicação*, (pp.201-215). CECS-Publicações.
- Redondo, M., & Caffarel, C. (2022). Investigación de la Ética periodística en España (2007-2018). Evolución y prospectiva. *Revista de Comunicación/ Mediterranean Journal of Communication*, 13 (2), 13-30 <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.20550>
- Repiso, R., & Moreno, A. (2022). Producción científica española en Comunicación indexada en Web of Science: contextualización y presencia en el Ranking de Shanghai. *Profesional de la información*, 31(1), e310119. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.19>
- Rivas, R., García, M., & Rojas, J. L. (2021). Estrategias comunicativas en Twitter y portales institucionales durante la segunda ola de Covid-19: análisis de los gobiernos de Alemania, España, Portugal y Reino Unido. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79,49-73. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1517>
- Rodríguez, A., Montes, C., & Osorio, C. F. (2022). Sentimientos hacia el vacunación contra la covid-19: panorama colombiano en Twitter. *Palabra Clave*, 25(1), e2514. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.1.4>
- Rodríguez, E. (2016). Aportación científica de los congresos de la AE-IC (2008-2014): reseña histórica y estado actual de la investigación en Comunicación. [Historic Overview and the Current State of Communication Research]. *Historia y Comunicación Social*, 21(1), 115-137. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2016.v21.n1.52687
- Rodríguez, B., Pérez, M.E., & Martín, T. (2023). Investigación en comunicación: diferencias entre Península Ibérica y América Latina. *Cuadernos.info*, (54), 182-204. <https://doi.org/10.7764/cdi.54.51309>
- Rogel, R., & Santiago, I. (2017). Revistas científicas latinoamericanas de Comunicación indizadas en WoS, Scopus y bases de datos de Acceso Abierto. *Comunicación y Sociedad*, 30, 167-196. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i30.6514>
- Rosique, G., & Francisco, E. (2022) La producción científica en comunicación de las investigadoras españolas (2005-2015). *Historia y Comunicación Social*, 27(1), 5-17. <http://dx.doi.org/10.5209/hics.71739>
- Delgado, E., Ruiz, R., & Jiménez, E. (2007). La edición de revistas científicas. Directrices, criterios y modelos de evaluación. *Indicadores I+D+*
- Sánchez, J.M., Marcos, J.C., & Olivera, M. (2015). Producción científica sobre Comunicación y Medios en las revistas de Documentación (2000-2014). *Revista Española de Documentación Científica*, 38 (4), e108. <http://dx.doi.org/10.3989/redc.2015.4.1257>
- Serrano, N., Aragón, E., & Mérida, R. (2021) Percepción de las familias sobre el desempeño escolar durante el confinamiento por COVID-19. *Comunicar*, 70, *Revista Científica de Educomunicación*
- Silva, J. J., Martínez, L., & Cuesta, U. (2022). Impacto en el consumo de TV en España debido a las restricciones de movilidad por covid-19 en 2020. *Palabra Clave*, 25(1), e2515. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.1.5>
- Soriano, J. (2008). *El efecto ANECA*. Congreso Internacional Fundacional AE-IC. Santiago de Compostela: Asociación Española de Investigación de la Comunicación
- Trabadela, J., Nuño, M.V., Guerrero, P., & De Moya, F. (2020). Análisis de dominios científicos nacionales en Comunicación [Scopus, 2003-2018]. *Profesional de la información*, 29 (4), e290418. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.18>

- Túñez, M., Martínez, Y., & Valarezo, K. (2014). Análisis de productividad, impacto e índice h de la investigación en comunicación a través de los perfiles personales en Google Académico. *Revista latina de comunicación Social*, 69, 684-709. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1030>
- Tur, V., López Sánchez, C., García, J. A., López, M., Monserrat, J., & Quiles, M.C. (2014). Especialización y revistas académicas españolas de Comunicación (Specialisation and Spanish journals of communication). *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 12-40.
- Villa, A.D., & Cerdán, V. (2020). Bulos durante la pandemia del COVID-19 en España: un estudio a través de Google Trends. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 169-182. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1473>
- Villar, G., Souto, M., & Martín, A. (2022). Virality, only the tip of the iceberg: ways of spread and interaction around COVID-19 misinformation in Twitter. *Communication & Society*, 35(2), 239-256 <https://doi.org/10.15581/003.35.2.239-256>
- Wimmer, R., & Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Bosch.

Agradecimientos

Proyecto US21/31 Universidad-Empresa-Sociedad.

Sobre las autoras:

María Teresa Santos Diez es Doctora en Ciencias de la Información. Profesora Titular de Universidad en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación en Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU) (España). Sus líneas de investigación se centran en medios locales, modelos de comunicación, redes sociales y salud.

Carmen Peñafiel Saiz es Doctora en Ciencias de la Información. Catedrática en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la UPV/EHU (España). Ha sido periodista en emisoras de Radio. Especialista en 'Comunicación y Salud' y 'Nuevas narrativas periodísticas'. Desde 2001 ha desempeñado numerosos cargos de gestión y ha formado parte del *staff* de ANECA.

Milagros Ronco López es Doctora en Ciencias de la Información y Especialista en Documentación Avanzada, Universidad Complutense de Madrid. Profesora Titular en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la UPV/EHU (España). Líneas investigación: organización de información, comunicación y salud, tendencias de investigación en comunicación.

¿Cómo citar?

Santos, T., Peñafiel, C., & Ronco, M. M. (2024). Estudio bibliométrico de la producción científica sobre la COVID-19 en las revistas de comunicación iberoamericanas. *Comunicación y Medios*, 52-64. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.71249>