

40 años de la revista *Comunicación y Medios*: análisis de productividad, coautoría, impacto y visibilidad

Póster
5
CRECS 2024

Alejandro Morales-Vargas, Universidad de Chile (Chile) ¹ | Danilo Reyes-Lillo, Universitat Pompeu Fabra (España)

CONTEXTO

+200 revistas científicas de comunicación editadas América Latina, con presencia en 13 países.

4 revistas únicamente coinciden en las 5 bases de datos más importantes. Una es *Comunicación y Medios*.

Fundada en 1981, es la más antigua de las 7 revistas de comunicación de Chile.

La edita la Facultad de Comunicación e Imagen de la **Universidad de Chile**.



MÉTODO

Análisis bibliométrico:

Estudio de caso longitudinal de artículos publicados entre 1981 y 2021.

Impacto en diversas fuentes:

Journal Citation Indicator | Google Scholar | Scielo | Altmetrics Explorer | Google Analytics

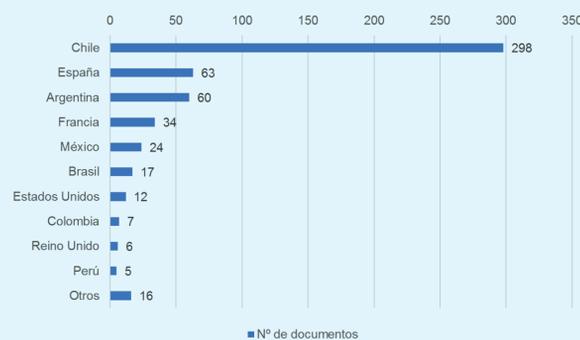
RESULTADOS

>PRODUCTIVIDAD

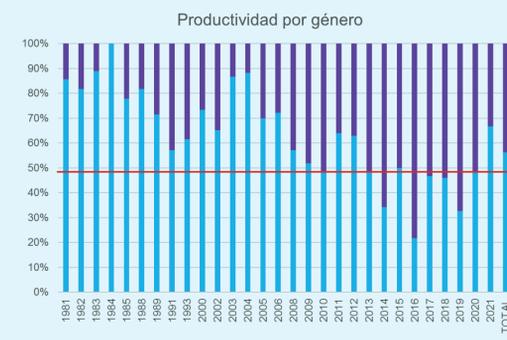
Aumento sostenido en documentos y diversidad de afiliaciones.



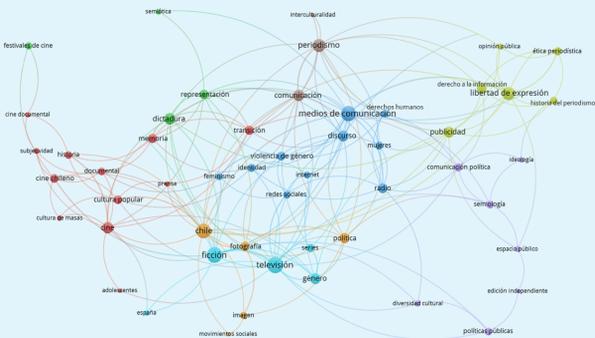
Países: Chile concentra la mayor productividad (55% del total de 25 países).



Género. Reducción de brechas entre artículos de hombres y mujeres.

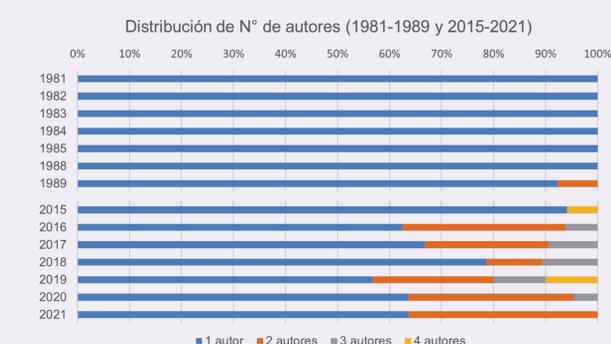


Palabras clave: "Televisión" (27), "Periodismo" (21), "Chile" (17), "Libertad de Expresión" y "Ficción" (15).



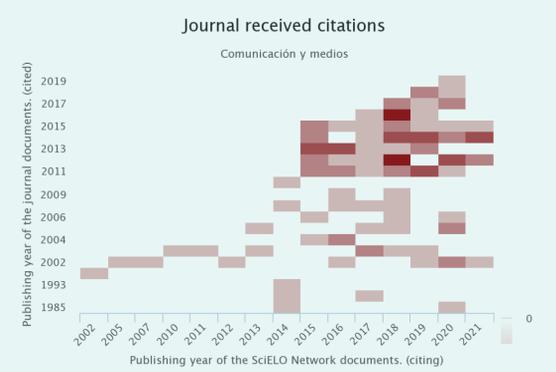
COAUTORÍA

Cambio radical entre primeros y últimos siete años.



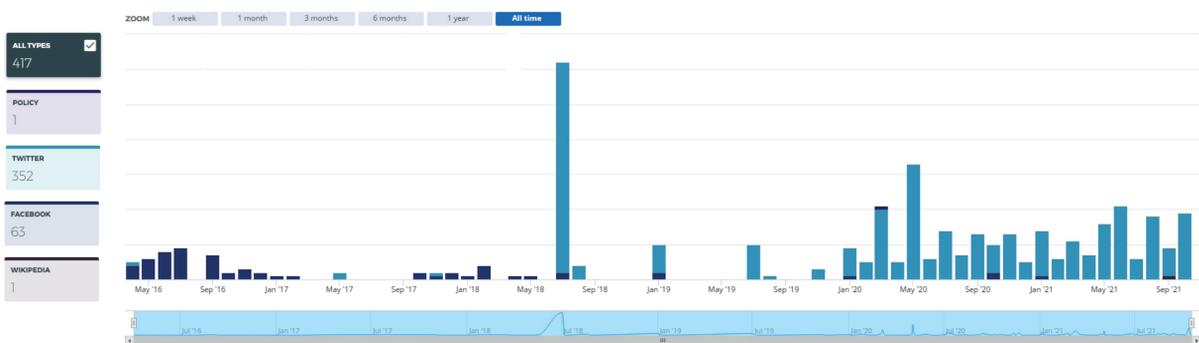
IMPACTO

Citas recibidas se concentran entre 2011 y 2018.



VISIBILIDAD

"Altmétricas": mayor presencia en redes sociales.



CONCLUSIONES

- Incremento en artículos publicados por año.
- Mayor número de afiliaciones diferentes.
- Endogamia baja de 87% a 20%.
- Aumento en alcance geográfico.
- Paridad de género en autorías.



Congreso Internacional sobre Revistas Científicas
8-10 de mayo de 2024
Arequipa, Perú



Artículo completo:
<https://doi.org/10.5354/0719-1529.2021.66529>

(1) Contacto: amorales@uchile.cl
Diseño: Gonzalo Ramírez Chamblat
Dirección de Servicios de Información y Bibliotecas (SISIB)
Universidad de Chile



Este trabajo forma parte del proyecto "Parámetros y estrategias para incrementar la relevancia de los medios y la comunicación digital en la sociedad: curación, visualización y visibilidad (CUVICOM)" financiado por MICIU/AEI/PID2021-1235790B-I00 y por FEDER/UE.

