

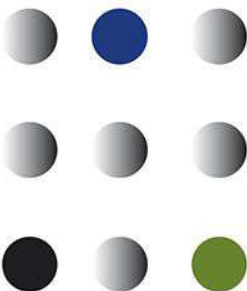
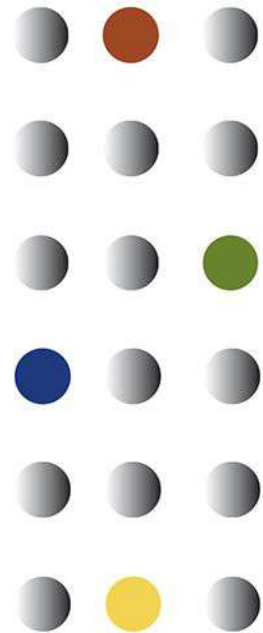
MAPCOM

Quince años de investigación
sobre Comunicación en uni-
versidades españolas

*Fifteen years of research into
Communication in Spanish uni-
versities*

*Carmen Caffarel-Serra
Carlos Lozano Ascencio
Juan Antonio Gaitán Moya
José Luis Piñuel Raigada*

(Editores)



COMUNICACIÓN SOCIAL

ediciones y publicaciones

*Metodologías Iberoamericanas de la Comunicación
Metodologías Ibero-americanas da Comunicação
Ibero-American Methodologies of Communication*

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 20, año 2023. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-82-2

MAPCOM

Quince años de investigación sobre Comunicación en universidades españolas.
Fifteen years of research into Communication in Spanish universities (2023)

Carmen Caffarel Serra; Carlos Lozano Ascencio; Juan Antonio Gaitán Moya;
José Luis Piñuel Raigada (Editores)

Separata

Capítulo 4

Título del Capítulo

«Libros de referencia de la comunidad académica en comunicación»

Autoría

Gloria Gómez-Escalonilla; Carlos Lozano-Ascencio; José Luis Piñuel-Raigada

Cómo citar este Capítulo

Gómez-Escalonilla, G.; Lozano-Ascencio, C.; Piñuel-Raigada, J.L. (2023): «Libros de referencia de la comunidad académica en comunicación». En Caffarel, C.; Lozano, C.; Gaitán, J.A.; Piñuel, J.L. (eds.), *MAPCOM. Quince años de investigación sobre Comunicación en universidades españolas. Fifteen years of research into Communication in Spanish universities*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-82-2

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c4.emcs.20.mic8>



MAPCOM

Quince años de investigación sobre Comunicación en universidades españolas

Fifteen years of research into Communication in Spanish universities

Carmen Caffarel-Serra
Carlos Lozano Ascencio
Juan Antonio Gaitán Moya
José Luis Piñuel Raigada

(Editores)



COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

*Metodologías Iberoamericanas de la Comunicación
Metodologías Ibero-americanas da Comunicação
Ibero-American Methodologies of Communication*

El libro *MAPCOM. Quince años de investigación sobre Comunicación en universidades españolas. Fifteen years of research into Communication in Spanish universities* está integrado en la colección «Metodologías Iberoamericanas de la Comunicación» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Los resultados de la metainvestigación del programa *MapCom* —un estudio sobre el sistema de investigación en comunicación en España— han sentado las bases para las políticas públicas en materia de investigación en comunicación, además de ofrecer una visión global sobre el estado de la cuestión y de señalar nichos de interés para proyectos futuros a quiénes trabajan en este campo.

MapCom. Quince años de investigación sobre comunicación en Universidades españolas. Fifteen years of research into Communication in Spanish universities presenta las conclusiones obtenidas a través de dos proyectos competitivos desarrollados entre 2007 y 2022.

Este programa se cimienta sobre tres pilares interconectados:

- Análisis de los documentos científicos más relevantes.
- Análisis de las voces de los investigadores.
- Análisis de los Grupos universitarios de investigación.

Esta tríada configura la estructura del libro: documentos, voces y mapas.

Representados en mapas interactivos (<https://mapcom.es/mapas/>) se persiguen los siguientes objetivos:

- trazar cartográficamente el territorio académico de la producción investigadora en el campo de la Comunicación en nuestro país;
- el acceso abierto tanto a las bases de datos como a los depósitos de las publicaciones y aportaciones de investigaciones financiadas con fondos públicos;
- y, finalmente, una proyección cartográfica del estado de la investigación que ofrezca a los investigadores un marco de referencia para el desarrollo de sus trabajos.

El programa *MapCom* se perfila como un referente para la metainvestigación futura en este campo y como un modelo susceptible de ser aplicado en otros ámbitos de las ciencias sociales, la naturaleza y la cultura.

Prólogo. Investigar la investigación en Comunicación	
<i>por Miquel de Moragas</i>	15
<i>¿Qué nos ofrece?</i>	16
<i>Finalidades y funciones de la investigación</i>	16
<i>La preocupación por el método</i>	17
<i>Práctica de investigación y desigualdades de género</i>	17
<i>Recomendaciones de MapCom sobre la práctica académica</i>	18
<i>Presentación de resultados de MapCom</i>	18
<i>Futuro</i>	18

Introducción. La metainvestigación en Comunicación del programa MapCom

<i>por Carmen Caffarel-Serra; Carlos Lozano-Ascencio; Juan Antonio Gaitán Moya; José Luis Piñuel-Raigada</i>	23
--	----

Primera Parte

LOS DOCUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE COMUNICACIÓN

1. Una radiografía de las tesis doctorales sobre Comunicación	
<i>por Carlos Lozano-Ascencio; Raquel Rodríguez Díaz;</i>	
<i>Yanet Acosta Meneses</i>	31
1.1. <i>Relevancia de las tesis doctorales en la carrera investigadora</i>	31
1.2. <i>Principales variables</i>	33
1.2.1. <i>Variables de registro</i>	33
1.2.2. <i>Variables de perspectiva</i>	35
1.2.3. <i>Variables de metodología</i>	37
1.3. <i>Las tesis doctorales vistas en mapas</i>	38
1.4. <i>Conclusiones y discusión</i>	40
1.5. <i>Referencias bibliográficas</i>	41
2. Análisis de las Comunicaciones en Congresos de la AEIC 2008-2018	
<i>por Eduardo Fco. Rodríguez Gómez; Manuel Martín Algarra;</i>	
<i>Javier Serrano Puche</i>	43

2.1. <i>Introducción: El papel de los congresos en la configuración del campo de estudio de la comunicación en España</i>	43
2.1.1. <i>Los congresos como foro académico y su importancia en la carrera investigadora</i>	46
2.2. <i>Corpus, Métodos y Técnicas</i>	48
2.2.1. <i>Criterios en la construcción del universo</i>	48
2.2.2. <i>Diseño del protocolo de análisis de las Comunicaciones</i>	49
2.3. <i>Resultados relevantes</i>	51
2.3.1. <i>Variables para la identificación de los documentos: Género, Comunidad Autónoma y objetivos de la comunicación</i>	51
2.3.2. <i>Variables para el análisis de la metodología empleada</i>	54
2.3.3. <i>Objetos de estudio y contextualización</i>	56
2.4. <i>Los temas de las comunicaciones presentadas en los congresos de la AE-IC</i>	57
2.5. <i>Evolución y prospectiva</i>	59
2.6. <i>Referencias bibliográficas</i>	60
3. La Investigación sobre revistas científicas en España a través del proyecto MapCom <i>por Félix Ortega-Mohedano; Carlos Arcila Calderón; Patricia Izquierdo-Iranzo</i>	63
3.1. <i>Antecedentes</i>	63
3.2. <i>Metodología</i>	65
3.3. <i>Resultados</i>	66
3.4. <i>Conclusiones y Discusión</i>	71
3.5. <i>Referencias bibliográficas</i>	73
4. Libros de referencia de la comunidad académica en comunicación <i>por Gloria Gómez-Escalonilla; Carlos Lozano-Ascencio; Yenisley Polledo-Zulueta; José Luis Piñuel-Raigada</i>	77
4.1. <i>Introducción</i>	77
4.2. <i>La edición en Ciencias Sociales</i>	78
4.3. <i>La valoración de la edición en Ciencias de la Comunicación</i>	79
4.4. <i>Metodología y resultados</i>	80
4.4.1. <i>Autores y libros más citados</i>	81
4.4.2. <i>Ámbitos disciplinares de los libros de referencia</i>	84
4.4.3. <i>El género de la autoría en los libros de referencia</i>	84
4.4.4. <i>Origen geográfico</i>	85
4.4.5. <i>Fechas de publicación</i>	86
4.4.6. <i>Editoriales</i>	87
4.5. <i>Conclusiones</i>	89
4.6. <i>Referencias bibliográficas</i>	91

5. Una década de Proyectos I+D+i en Comunicación (2008-2018)	
<i>por Carmen Caffarel-Serra; Marta Redondo García</i>	
<i>Rainer Rubira-García</i>	93
5.1. <i>Introducción. Relevancia de los Proyectos I+D+i en la carrera investigadora</i>	93
5.2. <i>Corpus y metodología en el análisis de los proyectos</i>	95
5.3. <i>Resultados</i>	99
5.4. <i>Conclusiones y Prospectiva</i>	105
5.5. <i>Referencias bibliográficas</i>	106

Segunda Parte

LAS VOCES DE LOS INVESTIGADORES EN COMUNICACIÓN

6. Las voces de los investigadores, por encuesta	
<i>por José Luis Piñuel-Raigada; Gemma Teso Alonso; Carlos Arcila Calderón; Maximiliano Fernández Fernández</i>	111
6.1. <i>Relevancia del objeto y la metodología de la encuesta</i>	111
6.1.1. <i>Voces de una población: censo y representatividad de la comunidad científica de los investigadores universitarios que responden la encuesta</i>	112
6.1.2. <i>Diseño del formulario de encuesta</i>	115
6.1.3. <i>Los perfiles más relevantes de la encuesta 2021</i>	118
6.1.4. <i>Nivel académico de la actividad investigadora y adscripción profesional del investigador</i>	119
6.2. <i>Experiencia de la actividad investigadora</i>	120
6.2.1. <i>Participación en proyectos competitivos y su valoración</i>	120
6.2.2. <i>Líneas de investigación</i>	120
6.2.3. <i>Objetivos de estudio</i>	122
6.2.4. <i>Técnicas para elaboración y registro de datos</i>	123
6.3. <i>Valoraciones ajenas de resonancias de la investigación</i>	124
6.3.1. <i>Valoración sobre Criterios impuestos para publicación</i>	124
6.3.2. <i>Rendimientos por valoraciones de los enfoques de la investigación propia en Comunicación</i>	125
6.3.3. <i>Calificaciones de 1 a 5 de los rendimientos profesionales para la trayectoria investigadora</i>	125
6.4. <i>Valoración de las condiciones a que la actividad investigadora ha estado sometida en España</i>	127
6.4.1. <i>Condiciones materiales</i>	127
6.4.2. <i>Condiciones organizacionales</i>	128
6.4.3. <i>Condiciones institucionales</i>	128
6.5. <i>Datos sociodemográficos de los encuestados</i>	130
6.6. <i>Interpretación global de resultados</i>	134

6.7. Referencias bibliográficas.....	138
7. Diagnóstico y prospectiva de los expertos sobre las convocatorias, los medios y los resultados de la investigación (Delphi, 2021) <i>por Juan Antonio Gaitán Moya; María Dolores Cáceres Zapatero; Enrique Morales Corral</i>	139
7.1. Relevancia del objeto y de la metodología Delphi	139
7.1.1. El uso de la técnica Delphi: diagnóstico y prospectiva sobre las fases de la investigación.....	139
7.1.2. La estructura en dos rondas del Delphi.....	141
7.2. Resultados: análisis de los datos	142
7.2.1. Condiciones previas a los proyectos (convocatorias)	142
7.2.2. Condiciones durante el curso de los proyectos (uso de medios)	145
7.2.3. Condiciones en difusión /aplicación de resultados e proyectos	146
7.2.4. Análisis DAFO sobre la práctica investigadora	148
7.3. Conclusión: percepción de estabilidad y actitudes conciliadoras	151
7.4. Referencias bibliográficas.....	152
8. Juicios fácticos sobre el futuro de los escenarios y las condiciones de la investigación: Phillips 66 <i>por Juan Antonio Gaitán Moya; Enrique Morales Corral</i>	153
8.1. Relevancia del objeto y de la metodología del Phillips 66.....	153
8.1.1. El uso de la técnica Phillips 66: ¿qué intervenciones exige la práctica investigadora?	154
8.1.2. Las voces de los actores de la práctica investigadora.....	154
8.1.3. La estructura en dos fases del Phillips 66.....	155
8.2. Resultados: análisis de datos	156
8.2.1. El Phillips 66 de 2016: ANECA y la falta de recursos.....	156
8.2.2. El Phillips 66 de 2022: intervenciones sobre las condiciones de la investigación	157
9. Los Grupos de Investigación en Comunicación. Un balance crítico <i>por Marta Redondo García; Alejandro Barranquero Carretero; María Nieves Corral Rey; Carmen Caffarel-Serra</i>	163
9.1. Introducción	163
9.2. Marco teórico y contextual	165
9.3. Rasgos, actividad y prospectiva de los grupos de investigación.....	167
9.4. Limitaciones y oportunidades de los grupos a través de la mirada de los investigadores	174

9.4.1. Limitaciones de los grupos de investigación.....	175
9.4.2. Oportunidades de mejora de los grupos de investigación....	176
9.5. Conclusiones.....	178
9.6. Referencias bibliográficas.....	178

Tercera Parte

LOS MAPAS INTERACTIVOS DE LA META-INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

10. El sitio web de MapCom: datos, mapas y transferencia	
<i>por María Elena Melón; Florencia Claes.....</i>	183
10.1. Introducción	183
10.1.1. Licencia de uso del sitio web.....	183
10.1.2. Las tablas de datos.....	184
10.1.3. Preservación de los datos	186
10.1.4. Conservación de la web.....	186
10.1.5. Visualización interactiva de la meta-investigación	187
10.2. Revisión y análisis de la información.....	189
10.2.1. Estructura de las tablas	189
10.2.2. Codificación.....	189
10.2.3. Selección del paradigma de programación y de las estructuras internas de datos	189
10.3. Diseño e implementación de la representación visual.....	190
10.3.1. Representación cartográfica.....	191
10.3.2. Representación temporal.....	192
10.3.3. Criterios adicionales de representación por tabla	192
10.3.4. Diseño e implementación de la interacción.....	197
10.4. Conclusiones	198
10.5. Referencias bibliográficas.....	199

Conclusiones. El futuro de MapCom: observatorio de la meta-investigación en comunicación

<i>por Carmen Caffarel-Serra; Carlos Lozano-Ascencio; Juan Antonio Gaitán Moya; José Luis Piñuel-Raigada.....</i>	201
---	------------

Gráficos en color / Colour Graphs.....	205
---	------------

**MAPCOM. Fifteen years of research into
Communication in Spanish universities**

Prologue. Research the research into Communication

<i>por Miquel de Moragas</i>	219
<i>What does it provide us with?</i>	219
<i>The purposes and functions of research</i>	220
<i>Concern about method</i>	220
<i>Research work and gender inequalities</i>	221
<i>MapCom recommendations on academic practices</i>	221
<i>Presentation of MapCom results</i>	222
<i>The future</i>	222

Introduction. MapCom program meta-research in Communication

<i>por Carmen Caffarel-Serra; Carlos Lozano-Ascencio; Juan Antonio Gaitán Moya;osé Luis Piñuel-Raigada</i>	223
--	-----

Part One

COMMUNICATION RESEARCH DOCUMENTS

1. An in-depth study of doctoral theses on Communication

<i>por Carlos Lozano-Ascencio; Raquel Rodríguez Díaz; Yanet Acosta Meneses</i>	231
<i>1.1. Relevance of doctoral theses in research careers</i>	231
<i>1.2. Main variables</i>	233
<i>1.2.1. Variables of registry</i>	233
<i>1.2.2. Variables of perspective</i>	234
<i>1.2.3. Variables of methodology</i>	236
<i>1.3. Doctoral theses seen on maps</i>	238
<i>1.4. Conclusions and discussion</i>	239
<i>1.5. References</i>	241

2. Analysis of academic papers to AEIC Congresses 2008-2018

<i>por Eduardo Fco. Rodríguez Gómez; Manuel Martín Algarra; Javier Serrano Puche</i>	243
<i>2.1. Introduction: The role of congresses in the configuration of the field of Communication in Spain</i>	243
<i>2.1.1. Congresses as an academic forum and their importance for research careers</i>	246
<i>2.2. Corpus, Methods, and Techniques</i>	248

2.2.1. Criteria in the construction of the universe.....	248
2.2.2. Design of the analysis protocol for academic papers to congresses.....	248
2.3. Relevant results.....	250
2.3.1. Variables for the identification of documents: Gender, region, and objectives of a paper	250
2.3.2. Variables for the analysis of the methodology employed	254
2.3.3. Objects of study and contextualisation.....	255
2.4. Topics of papers presented at AE-IC Congresses	256
2.5. Changes and the future.....	258
2.6. References.....	259
3. Research into scientific journals in Spain through the MapCom project por Félix Ortega-Mohedano; Carlos Arcila Calderón; Patricia Izquierdo-Iranzo	261
3.1. Background	261
3.2. Methodology	263
3.3. Results	264
3.4. Conclusions and Discussion.....	268
3.5. References.....	270
3. Books of reference for the academic community in Communication por Gloria Gómez-Escalonilla; Carlos Lozano-Ascencio; Yenisley Polledo-Zulueta; Jose Luis Piñuel-Raigada	273
4.1. Introduction.....	273
4.2. Publishing in Social Sciences.....	274
4.3. The value of publishing in Communication Sciences	275
4.4. Methodology and results.....	276
4.4.1. Most cited authors and books.....	277
4.4.2. Disciplinary areas of the books of reference	279
4.4.3. The gender of authorship in the books of reference	280
4.4.4. Geographical origin	281
4.4.5. Publication dates.....	282
4.4.6. Publishers	283
4.5. Conclusions.....	284
4.6. References.....	286
4. A decade of RDI Projects in Communication (2008-2018) por Carmen Caffarel-Serra; Marta Redondo García; Rainer Rubira García	287
5.1. Introduction. Relevance of RDI Projects in research careers.....	287
5.2. Corpus and methodology in project analysis.....	288

5.3. Results	292
5.4. Conclusions and future	298
5.5. References.....	300

Part Two

RESEARCHERS' VOICES IN COMMUNICATION

6. Researchers' voices: a survey

por José Luis Piñuel-Raigada; Gemma Teso Alonso;

Carlos Arcila-Calderón; Maximiliano Fernández Fernández..... 303

6.1. *Relevance of the object and methodology of the survey*303

6.1.1. *Voices of a population: census and representivity
of the scientific community of university researchers*

*who responded to the survey*304

6.1.2. *Design of the survey form*307

6.1.3. *The major profiles of the 2021 survey.....*310

6.1.4. *Academic level of research work and professional affiliation
of the researcher.....*310

6.2. *Experience in research work*312

6.2.1. *Participation in competitive projects and their assessment...312*

6.2.2. *Lines of research*313

6.2.3. *Study objectives*313

6.2.4. *Techniques for processing and recording data*315

6.3. *External assessments of the resonance of the research*316

6.3.1. *Assessment of publication criteria.....*316

6.3.2. *Performance assessments of research approaches
in Communication*317

6.3.3. *Professional benefits for research careers: graded from 1-5...317*

6.4. *Assessment of the conditions for research in Spain.....*319

6.4.1. *Material conditions*319

6.4.2. *Organisational conditions*320

6.4.3. *Institutional conditions.....*321

6.5. *Sociodemographic data of the respondents.....*321

6.6. *Overall interpretation of results*325

6.7. *References.....*328

7. Expert diagnosis and the future of research calls, means and results (Delphi, 2021)

por Juan Antonio Gaitán Moya; María Dolores Cáceres Zapatero;

Enrique Morales Corral 329

7.1. *Relevance of the object and the Delphi methodology.....*329

7.1.1. Utilisation of the Delphi technique: diagnosis and future of the phases of research.....	329
7.1.2. The two-round structure of Delphi.....	331
7.2. Results: data analysis	331
7.2.1. Conditions prior to projects (calls).....	332
7.2.2. Conditions during projects (use of resources)	335
7.2.3. Conditions for dissemination/application of project results ..	336
7.2.4. SWOT analysis of research work.....	338
7.3. Conclusion: perception of stability and conciliatory attitudes	340
7.4. References.....	340
8. Factual judgments about future research scenarios and conditions: Phillips 66	
por Juan Antonio Gaitán Moya; Enrique Morales Corral.....	341
8.1. Relevance of the object and methodology of Phillips 66.....	341
8.1.1. Use of the Phillips 66 technique: what interventions does research work require?	342
8.1.2. The opinions of the actors in research work.....	342
8.1.3. The two-stage structure of Phillips 66.....	343
8.2. Results: data analysis	344
8.2.1. The 2016 Phillips 66: ANECA and the lack of resources....	344
8.2.2. The 2022 Phillips 66: actions on research conditions.....	345
9. Communication Research Groups. A critical balance	
por Marta Redondo García; Alejandro Barranquero Carretero; María Nieves Corral Rey; Carmen Caffarel-Serra.....	351
9.1. Introduction.....	351
9.2. Theoretical and contextual framework.....	353
9.3. Characteristics, activity, and future of research groups	355
9.4. Limitations and opportunities of groups from researchers' point of view	361
9.4.1. Limitations of research groups.....	362
9.4.2. Opportunities for improvement of research groups.....	363
9.5. Conclusions.....	364
9.6. References.....	365
Part Three	
INTERACTIVE MAPS OF META-RESEARCH IN COMMUNICATION	
10. The MapCom website: data, maps, and transfers	
por María Elena Melón; Florencia Claes.....	369
10.1. Introduction.....	369

10.1.1. Website use licensing	369
10.1.2. Data tables	370
10.1.3. Data preservation.....	371
10.1.4. Website preservation.....	372
10.1.5. Interactive display of meta-research	373
10.2. Review and analysis of information	374
10.2.1. Structure of the tables	374
10.2.2. Coding	375
10.2.3. Selection of programming paradigm and internal data structures.....	375
10.3. Design and implementation of visual display.....	375
10.3.1. Cartographic representation.....	376
10.3.2. Temporal representation	377
10.3.3. Additional representation criteria per table.....	378
10.3.4. Design and implementation of the interaction	382
10.4. Conclusions.....	383
10.5. References.....	384

**Conclusions. The future of MapCom: the Observatory of
Meta-research in Communication**

*por Carmen Caffarel-Serra; Carlos Lozano-Ascencio;
Juan Antonio Gaitán Moya; José Luis Piñuel-Raigada.....* 385

Libros de referencia de la comunidad académica en comunicación

Gloria Gómez-Escalonilla

Universidad Rey Juan Carlos

Carlos Lozano-Ascencio

Universidad Rey Juan Carlos

Yenisley Polledo-Zulueta

Universidad Rey Juan Carlos

José Luis Piñuel-Raigada

Universidad Complutense

4.1. Introducción

La necesidad de consensuar políticas evaluativas con la inclusión de España en el Espacio Europeo de Educación Superior obligó a la adopción de indicadores internacionales para evaluar la productividad científica por parte de las diferentes agencias de evaluación (CNEAI, ANECA o ANEP) valorando especialmente el número de publicaciones presentes en la Web of Science (WOS): revistas listadas en el *Journal Citation Reports* (JCR) o en el *Scimago Journal Rank* (SJR). Este cambio en la evaluación de la productividad científica «perjudica a las publicaciones científicas de las editoriales españolas, a las políticas de acceso abierto de las editoriales y de las bibliotecas universitarias, y excluye de la actividad investigadora a numerosas áreas de ciencias humanas y sociales» (Gómez Hernández, 2015: 200). Efectivamente, esta dinámica ha generalizado la práctica de priorizar la publicación en las revistas de impacto en detrimento de la publicación de libros. Sucede especialmente en las ciencias sociales donde los libros constituían un canal tradicional para comunicar la ciencia. Así se constata en Cordón García *et al.* (2011: 318), uno de los pocos estudios realizados sobre la publicación de monografías en el ámbito universitario, la materia que recogió un mayor número de publicaciones fue Sociales (23,3%), seguido por Filología (17%) y Medicina (15,8%), a la par que Matemáticas (15,3%).

Esta desatención del libro, que coincide además con la profusión de otros mecanismos de comunicación científica, como las redes sociales, ha hecho que se empiecen a considerar necesarias nuevas metodolo-

gías para medir la ciencia (Alonso Arévalo; Cordón García; Maltrás, 2016: 76). Ya en el año 2012 la llamada *Declaración de San Francisco de la Evaluación de la Investigación* (DORA) planteaba la necesidad de evaluar la investigación por sus propios méritos y no en base a la revista en la que se difunde. Aunque todavía persisten los índices de impacto, se van multiplicando los foros en los que se plantea este debate, reivindicando evaluar el contenido sobre el continente, al tiempo que se reivindica al libro como medio de comunicación científica, como hace la presente comunicación, que realiza un estudio, enmarcado en el proyecto MapCom, que trata de conocer las obras y los autores de referencia en el ámbito de la Comunicación a través de una doble aproximación empírica, contrastando las bibliografías referenciadas en los artículos de investigación con la opinión de los propios investigadores.

4.2. *La edición en Ciencias Sociales*

En el año 2020, y según las estadísticas sectoriales disponibles (FGGE, 2021), se publicaron 74.589 nuevos títulos en España. Esta estadística apoya la fortaleza del sector editorial español; más, si cabe, si se atiende como indicador las cifras de facturación en el mercado interior: 2.439,93 millones de euros. Se vendieron libros, pero no se vendieron todos, cerca de 17 millones de ejemplares reposan en los almacenes, que se suman a magnitudes similares de otros años. Este hecho permite hablar de sobreproducción de libros, una dinámica que también caracteriza al subsector de la edición científica, un ámbito que los estudios sectoriales refieren como el campo de la no ficción. En total se publicaron 20.259 nuevos títulos en esta categoría, que supusieron 52.147 millones de ejemplares, representando el 29% del total de la edición y aportando una facturación de 715,61 millones de euros; aunque en este apartado se encuadran categorías muy diversas, desde libros de religión a diccionarios, libros prácticos o textos científicos, donde se diferencian los técnicos de los de Derecho y Ciencias Económicas y los de Ciencias Sociales y Humanidades. De estos últimos se publican al año unos 5.500 títulos, ámbito de no ficción donde más se publica.

Los libros de Ciencias Sociales y Humanidades representaron el 4,6% de la facturación: 112,62 millones de euros, cifras parecidas a los libros científico-técnicos (4,4%), pero menos que los libros de Derecho y Economía (5%), aunque son los libros que más se vendieron de las tres categorías (8.337.000 ejemplares), variación que puede ex-

plicarse por el menor precio en esta rama de conocimiento (12 euros de media). Aun siendo los que más se venden, y los más baratos, no se vendieron todos los ejemplares, quedaron 1.322.000 libros de Ciencias Sociales y Humanidades por vender solo en el año 2020, que refuerza la dinámica de sobreproducción de títulos que parece primar en el sector.

A esta fotografía de la edición científica habría que añadir las prácticas de «autopublicación» que las nuevas tecnologías y los servicios de impresión bajo demanda han favorecido en los últimos años. Y el fenómeno de la llamada «edición de autor», donde los autores financian la publicación de sus libros representando una línea de negocio rentable para muchas editoriales de este ámbito, una alternativa frente al impacto sufrido por la digitalización de los contenidos y su acceso libre y gratuito. Se suele pensar que cuando se cobra por publicar se pone en duda el valor de lo publicado.

4.3. *La valoración de la edición en Ciencias de la Comunicación*

«Los estudios de calidad de los libros tienen aún poca trayectoria, a pesar de que han sido demandados por los humanistas y científicos sociales» (Giménez Toledo; Tejada Artigas, 2012: 51). No obstante, hay iniciativas que reclaman la conveniencia de crear un sistema con diferentes indicadores: valorando que la editorial utilice la revisión por pares, la especialización temática o la opinión de los especialistas «dado su conocimiento especializado, su capacidad de juicio crítico sobre los contenidos especializados y su experiencia editorial» (Giménez Toledo, 2018: 74). Precisamente estos indicadores son los que utiliza el ÍLIA, el grupo de investigación del CSIC especializado en el estudio del libro académico, para evaluar las editoriales científicas españolas y extranjeras de libros de Ciencias Humanas y Sociales creando el *Scholarly Publishers Indicators* (SPI), el ranking de editoriales según el ICEE (Indicador de Calidad de Editoriales según los Expertos).

El ÍLIA elabora los rankings según las diferentes áreas disciplinares, en Ciencias de la Comunicación ese ranking aparece en la Tabla 1. El prestigio de estos rankings los reconoce el propio CNEAI en su evaluación de la actividad investigadora, aunque lo reconoce en cuarto lugar, detrás de las publicaciones en revistas indexadas JCR, SJR y no indexadas.

Tabla 1. Ranking de editoriales españolas y extranjeras más prestigiosas en comunicación.

Editoriales españolas	ICEE 2018	Editoriales extranjeras	ICEE 2018
Cátedra	107	Routledge	105
Gedisa	105	McGraw-Hill	77
Ediciones Paidós	80	Oxford University Press	63
Comunicación Social	74	Sage Publications	62
Ariel	60	Pearson Publishing	25
Síntesis	54	IGI Global	22
Universitat Oberta de Catalunya	45	Wiley Blackwell	19
Alianza	40	Palgrave Macmillan	18
Biblioteca Nueva	40	Peter Lang Publishing Bosch	18
Pirámide	38	Lawrence Erlbaum	17
Tirant Lo Blanch	27	Springer	16
Fragua	26	Presses Universitaires France	13
Tecnos	25	Trillas	12
Akal	18	UNAM	12
Fondo de Cultura Económica	16	Amorrortu	10

Fuente: <http://ilia.cchs.csic.es>

Hay otros estudios que también han trabajado en la valoración de la publicación editorial en el campo de las Ciencias de la Comunicación. El ranking cambia ligeramente cuando se combinan distintos criterios como que la editorial tenga comités de lectura especializados, editores de relevancia, revisores externos, especialización temática, colecciones especializadas, o la cantidad de publicaciones sobre la materia o de reseñas positivas en revistas del área, además de valorar su sistema de difusión y distribución, presencia en librerías y bibliotecas especializadas o en bases de datos. Las editoriales, en orden de importancia, son: Paidós, Cátedra, Gedisa, Ariel, Síntesis, Tecnos, Bosch, Alianza, Gustavo Gilli, Biblioteca Nueva, Fragua, Eunsa, Rialp y Tirant lo Blanch (Giménez Toledo; Tejada Artigas, 2012).

4.4. Metodología y resultados

El planteamiento metodológico utilizado en este estudio, que se propone conocer las obras de referencia en el campo de la comunicación y sus características, se basa en una estrategia que utiliza dos fuentes

de información diferentes: las bibliografías de artículos publicados en revistas científicas y una encuesta a profesores.

Para el registro de las referencias bibliográficas se seleccionaron los artículos procedentes de proyectos de investigación publicados en las primeras revistas españolas especializadas en Comunicación, según el índice h. Este indicador, elaborado por Google Scholar, comprende nueve revistas para los años 2007 y 2018, que para el conjunto del periodo que abarca el estudio realizado por MapCom, se ordenan así: *El profesional de la información, Estudios del Mensaje Periodístico, Comunicación y Sociedad, Revista Latina de Comunicación Social, Historia y Comunicación Social, Telos, Zer, Trípodos y Comunicar*. Revisando todos los números de dichas revistas durante los 12 años del estudio y seleccionando los artículos en los que se señala la financiación de un proyecto competitivo, se generaron un total de 413 artículos que referenciaron 4.055 libros en sus bibliografías, cifra que representa el corpus de esta primera fase del estudio. Las principales variables que se aplicaron en su registro preguntaban el nombre y género del/a primer/a autor/a o, en su caso editor/a; el título del libro; la editorial; el lugar, el país, el año y el idioma de la edición.

Con respecto a la encuesta, se localizaron en una primera fase los profesores que imparten docencia en las Facultades de Comunicación españolas y se les envió un cuestionario a sus correos electrónicos. La encuesta contenía preguntas sobre sus prácticas investigadoras, dado que se realizó en el contexto general del proyecto MapCom, y se incluyó una pregunta sobre los libros que utilizaban tanto para su práctica docente como para su labor investigadora. La encuesta fue contestada por 700 docentes, aunque fueron muchos menos los que consignaron los libros recomendados. Los resultados arrojan 383 libros en total, cantidad que representa el corpus de esta fase del estudio. Para el análisis de estas referencias bibliográficas, además del título, autor/a o editor/a del libro, el género del primer firmante, lugar de publicación, fecha, idioma y editorial, también se codificó el tema de la monografía, en una categorización que distingue los libros teóricos o epistemológicos de los textos de metodología, además de diferenciar los ensayos históricos de los que se centran en determinados objetos de estudio.

4.4.1. Autores y libros más citados

El número total de autores registrados por las bibliografías de artículos de investigación alcanza la cifra de 2.551 y 260 los autores citados por los profesores de comunicación. Estos datos indican la gran

cantidad de firmantes en el ámbito del libro académico en el área de comunicación, pues son muchos los profesores e investigadores que publicamos libros.

Un primer análisis que se puede realizar de estos datos es el que da cuenta de los autores que acumulan más referencias. En las bibliografías de los artículos científicos destacan tres: Manuel Castells, Henry Jenkins y Klaus Krippendorff, quienes acumulan 46, 37 y 24 referencias respectivamente, tal como se indica en la Tabla 2, que especifica al resto de autores que acumulan más de 10 referencias de las bibliografías analizadas. Dado que la variedad de autores es de más de 2.550, el número total de referencias es relativamente pequeño, por lo que se puede apreciar que, aunque ciertos libros se citan más, lo que prima es la variedad bibliográfica, dando cuenta de una amplia diversidad en las fuentes de información de la investigación en el área de la Comunicación.

Tabla 2. Autores más referenciados (con más de 10 citas) en bibliografías publicadas en revistas indexadas.

Autor(es) de libros de referencia	Número de referencias bibliográficas	Autor(es) de libros de referencia	Número de referencias bibliográficas
Castells, Manuel	46	Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo Palacio, Manuel	15
Jenkins, Henry	37	Kovack, Bill & Rosenstiel, Tom McCombs, Maxwell E. Salaverría, Ramón (Editor)	14
Krippendorff, Klaus	24	Boczkowski, Pablo J. Gillmor, Dan	13
Dominick, Joseph R. Goffman, Erving Wimmer, Robert D. &	17	Boczkowski, Pablo J. Tuchman, Gaye	12
Igartua, Juan José Manovich, Lev	16	Bourdieu, P. Díaz Nosty, B. Krippendorff, Klaus López García, X. McQuail, D. Neuendorf, Kimberly A Pereira Fariña, X. Van Dijk, Teun A.	10

Fuente: Elaboración propia.

Aunque Manuel Castells es el autor más citado, no lo es solo por su libro *Comunicación y Poder*, el cual acumula más referencias, sino por el conjunto de su obra. El libro que acumula más referencias es *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, de Henry Jenkins. Castells tiene más títulos publicados que se han utilizado de referencia

en los artículos de investigación, especialmente el texto *La Galaxia Internet*, que ha acumulado 9 referencias. Así pues, el análisis de los autores más citados hay que acompañarlo de los libros más referenciados, pues aunque haya lógicas correspondencias, existen diferencias debidas a las citas de otros libros de los autores más citados. La Tabla 3 aporta las obras más referenciadas en los artículos de investigación publicados en revistas indexadas en el campo de la Comunicación.

Tabla 3. Libros más citados en las bibliografías de los artículos indexados.

Libro de referencia	Nº Referencias bibliográficas
Jenkins, Henry. 2006. <i>Convergence Culture: Where Old and New Media Collide</i> . New York University Press.	33
Castells, Manuel. 2009. <i>Comunicación y poder</i> . Alianza Editorial.	19
Igartua, Juan José. 2006. <i>Métodos cuantitativos de investigación en comunicación</i> . Bosch.	16
Krippendorff, Klaus. 1990. <i>Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica</i> . Sage Publications. Salaverría, Ramón. 2005. <i>Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España</i> . Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.	14
Gillmor, Dan. 2004. <i>We the Media Grassroots Journalism by the People, for the People</i> . O'Reilly Media, Inc. Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo. 2004. <i>Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics</i> . Cambridge University Press. López García, Xosé; Pereira Fariña, Xosé (eds.). 2010. <i>Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España</i> . Servicio de Publicaciones de la Universidad de Santiago de Compostela.	11
Neuendorf, Kimberly A. 2002. <i>The content analysis guidebook</i> . Sage Publications. McCombs, Maxwell, E. 2006. <i>Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento</i> . Paidós.	10

Fuente: Elaboración propia.

Los tres autores más referenciados en los artículos publicados también son de los más citados por los profesores de comunicación, aunque Manuel Castells y Henry Jenkins no ocupan los primeros puestos. Klaus Krippendorff sí, ya que es un autor que acumula preferencias dentro de la comunidad académica, aunque los primeros puestos están ocupados por otros autores que han trabajado en el ámbito de la metodología.

Los libros más citados por los encuestados son el de Rodrigo Alsina *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas* y el de Roger Wimmer y Joseph Dominick: *La investigación científica de los medios de comunicación*; José Luis Piñuel y Juan Antonio Gaitán por su *Metodo-*

logía general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social; Juan José Igartua con *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*; Aarón Rodríguez Serrano y Samuel Gil por *Investigar en la era neoliberal*; Laurence Bardin por *Análisis de contenido* y Krippendorff por *Metodología de análisis de contenido*, la técnica más utilizada en nuestro campo.

4.4.2. *Ámbitos disciplinares de los libros de referencia*

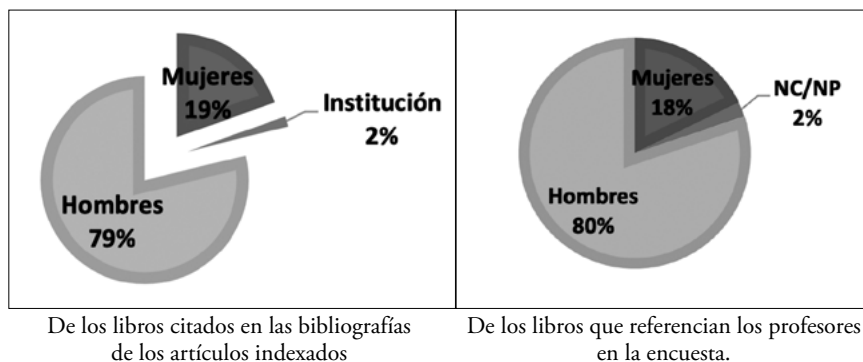
Los ámbitos disciplinares abordados por los libros que se han analizado son muy variados. Sin embargo, de las bibliografías referenciadas en los artículos de investigación no se registraron los campos disciplinares de teoría y epistemología, de metodología y técnicas, de ensayo y divulgación, o de diccionarios y enciclopedias. Además de los libros de carácter metodológico, los que priman son los de propuestas ensayísticas sobre aspectos concretos de los fenómenos comunicativos, en relación con la convergencia multimedia, el impacto digital, la incidencia en la política o en la opinión pública de los medios de comunicación.

Los libros más citados, según los campos disciplinares, por los profesores de comunicación, indican una preferencia clara por la metodología, como son los manuales de métodos o técnicas de investigación. En segundo lugar, el ensayo sobre un aspecto concreto de la comunicación con libros que dan cuenta de la reflexión académica sobre los fenómenos comunicativos que nos atañen. La siguiente categoría es la de los libros de teoría y epistemología, lo que puede obedecer a la existencia de asignaturas propias de este campo disciplinar, pues, al fin y al cabo se ha preguntado a los docentes por sus libros de referencia. Así como puede explicarse la presencia de los libros de metodología, dado que también hay asignaturas o materias en los grados y postgrados sobre cómo realizar una investigación. La otra gran categoría que aglutina referencias son los diccionarios y/o guías, textos que también ayudan al docente a enseñar.

4.4.3. *El género de la autoría en los libros de referencia*

Del ranking de los autores más citados en las bibliografías de las revistas que aparece en la Tabla 2 se puede extraer un dato relevante: de los 27 autores, solo dos son mujeres: Gaye Tuchman y Kimberly Neuen-dorf. Por su parte, de los 29 autores más citados en la encuesta, 6 son mujeres. Aunque la relación es mejor, la referencia a las autoras sigue siendo minoritaria: Leonarda García Jiménez, María Moliner, Eloísa Nos Aldás, Laurence Bardin, María Luisa Humanes y Naomí Klein.

Figura 1y 2. Género de autoría. Fuente: Elaboración propia.



Ninguna de las autoras está presente simultáneamente en las bibliografías y en la encuesta.

Esta escasa presencia del género femenino en la autoría de los libros más referenciados se repite cuando se analiza el total de referencias, tanto de las bibliografías de artículos en revistas como de la encuesta. De los 4.055 libros analizados, el 78,4% de los libros están firmados por varones. Sólo en 790 textos aparecen ellas como autoras, lo que representa el 19,5% del total. En otras palabras, aproximadamente ocho de cada diez firmantes son autores o editores, en tanto que dos de cada diez son autoras o editoras.

También se ha repetido la pauta de la preeminencia masculina en el análisis de los libros que citan los docentes, un 80% de los citados son varones, mientras que el 18% cita un libro firmado por una mujer, en autoría única o como primera firmante. En cifras, las diferencias son rotundas: de los 383 libros que se citan, 307 libros están firmados por investigadores frente a 68 referencias donde la firma corresponde a investigadoras. (Véanse las figuras 1 y 2).

4.4.4. Origen geográfico

De los 27 autores que aparecen en el ranking de libros según las bibliografías de los artículos, solo 7 son españoles, lo cual da idea de la importancia relativa que tiene nuestra literatura científica en comunicación como referencia de las investigaciones realizadas y publicadas en revistas españolas.

Aunque los españoles no estén en el ranking de los más citados, sí que están en el total de los libros referenciados, si bien la nacionalidad

de los autores se puede extrapolar del país de publicación de los libros analizados. Los datos señalan que 51,9% de los libros provienen del territorio español. Teniendo en cuenta que todas las revistas analizadas se publican en España, resulta relevante que sólo la mitad de los libros, o poco más, estén publicados presumiblemente, por españoles. Le siguen Estados Unidos, con 931 títulos (23%), y Reino Unido con 543 obras referenciadas (13,4%). Es innegable la hegemonía lingüística anglófona en la literatura académica de comunicación. Aún más, llama la atención que a pesar de la proximidad lingüística y hasta cultural, los libros de origen latinoamericano tampoco son referentes en este campo de estudio, quedando claro que las miradas de los profesores encuestados están mayoritariamente puestas en literatura académica producida por el colonialismo lingüístico anglosajón.

Los datos muestran que más de la mitad (54,7%) de los libros referenciados se encuentran escritos en castellano, pero seguidos muy de cerca por los escritos en inglés: un 40,6%. Bastante menos impacto tiene el resto de los idiomas europeos (francés 1,5%, italiano 0,6%, portugués 0,6% y alemán 0,4%) o los cooficiales del Estado español: 35 libros en catalán, 6 en euskera, y uno en gallego.

Si atendemos al total de libros referenciados por los docentes a través de la encuesta, se observan diferencias con respecto a las bibliografías referenciadas que confirman el dominio de los españoles sobre los extranjeros, al menos, de los libros que se publican en nuestro país frente a los que no lo hacen. De este modo, el 75% de los libros citados se han publicado en España, en concreto 285 de los 383 citados. De los que se han publicado en el extranjero, priman los que lo han hecho en Estados Unidos, un 11% del total, poco más de 40 textos, seguidos de los publicados en Reino Unido, un 8,2%, 32 libros. De nuevo se repite el dominio anglosajón sobre otros ámbitos geográficos. Y también se repite la pauta de la escasa presencia latinoamericana, pues apenas se sitúa en torno al 7%, textos fundamentalmente impresos en México, el país donde se han publicado 11 textos referenciados por los profesores encuestados.

4.4.5. Fechas de publicación

Si observamos la fecha de publicación de los libros que estamos analizando, se puede decir que la mayoría fue publicada en los últimos 20 años, confirmando que la investigación en el área de la comunicación es respaldada por textos académicos ajustados a las corrientes de pensamiento y las dinámicas sociales más actuales.

Si se analizan las diferentes décadas, los datos indican una línea ascendente. La década comprendida entre los años 2000 y 2009 se con-

solida como el ciclo con mayor número de textos vinculados a la estructuración de artículos de investigación, en total 1.641 libros, lo que supone el 40,5%; aunque la década que acumula más libros citados por los profesores todavía es la más actual, pues si 117 libros referenciados por los profesores datan de 2000 a 2009, 150 se han editado de 2010 a 2019. Estas diferencias pueden responder a que la encuesta se realizó en la actualidad mientras que el análisis de las bibliografías se quedó en 2018. De hecho, en la encuesta ya se citan 14 libros publicados de 2020 a 2022.

En todo caso existe una marcada tendencia en el uso de literatura contemporánea y coetánea para sustentar la investigación y la docencia en el campo de la Comunicación. Sin embargo, la notable incidencia en el uso de libros publicados en los años noventa (18,5% de los libros referenciados) o incluso antes (12%) confirman que la investigación en comunicación no renuncia al empleo de títulos clásicos o preestablecidos como referentes en el campo, como tampoco renuncian a ello los profesores encuestados, pues 63 libros citados como referentes de sus prácticas docentes e investigadoras son del siglo pasado.

4.4.6. Editoriales

Del análisis de las editoriales que publicaron libros de referencia en el área de Comunicación se puede obtener un doble ranking en función de las dos fuentes consultadas (Tabla 6). En dicha relación se puede comprobar que muchas de las editoriales coinciden en los primeros puestos. Estas editoriales coinciden también con el ranking que facilita el SPI (*Scholarly Publishers Indicators*) para el área de Comunicación (Tabla 1), lo que reafirma la pauta de los investigadores españoles de sustentar su labor de investigación con literatura académica firmada por sellos editoriales de alto impacto en el área.

De las editoriales españolas, Cátedra, que es la que se sitúa en el primer puesto según SPI, también es la primera de las preferencias de los profesores de comunicación, aunque baje en el ranking de las referencias bibliográficas de los artículos publicados. En todo caso se puede apuntar a esta editorial madrileña como el referente más sólido en cuanto a la producción de textos para el área. También sucede con las editoriales Gedisa, Paidós, Comunicación Social, Alianza, Fragua, Síntesis o la Editorial de la UOC (Universitat Oberta de Catalunya), presentes en los tres listados, lo que revela cuáles son las editoriales españolas más presentes del área.

Tabla 6. Editoriales más citadas en las bibliografías de artículos y en la encuesta.

De las bibliografías	Citas	De los profesores encuestados	Citas
Routledge	152	Cátedra	24
Paidós	150	Paidós	21
Sage Publications	134	Alianza Editorial	19
Gedisa	99	Routledge	15
Editorial Ariel	87	Síntesis	15
Editorial UOC	80	Sage Publications	14
Oxford University Press	78	Bosch	11
Alianza Editorial	72	Gedisa	10
Fragua	66	Tecnos	10
Cambridge University Press	64	Ediciones Akal	9
Lawrence Erlbaum	49	Servei de Publicacions de la UAB	9
Comunicación Social	48	Siglo XXI	7
MIT Press	47	Comunicación social	7
Cátedra	46	Editorial UOC	6
Síntesis	46	Fragua	5

Fuente: Elaboración propia.

La coincidencia en los tres repertorios responde a una lógica de doble dirección, su posición privilegiada se debe a que son las editoriales que publican los libros más citados en las bibliografías y/o que son referencia de los especialistas y profesionales del área, y, al tiempo, esa frecuencia incentiva el interés de los investigadores por publicar libros en estas casas editoriales bien posicionadas, un círculo que se realimenta continuamente.

Se suman a estas editoriales citadas los sellos Tecnos y Akal, reconocidas por SPI y presentes en el repertorio de editoriales de los libros referenciados en la encuesta, aunque no por las bibliografías de artículos de investigación analizados. Una explicación podría ser que ciertas colecciones de empresas editoriales se orientan comercialmente a lectores «cautivos» de la docencia académica.

Otras editoriales que también han sido referenciadas por las bibliografías o los profesores son Ariel, Siglo XXI, Bosch o el Servicio de Publicaciones de la UAB, aunque son editoriales que el SPI reconoce por debajo de los 15 puntos ICEE (Indicador de Calidad de Editoriales según los Expertos). Por otra parte, reconoce a Biblioteca Nueva, Pirá-

mide, Tirant lo Blanch o el Fondo de Cultura Económica cuyos libros aparecen menos citados o referenciados por artículos o profesores. Por lo que respecta a editoriales extranjeras, hay un dato claro: existen más libros publicados en el extranjero en las bibliografías de los artículos en revistas que entre los libros citados por los profesores encuestados, que prefieren libros editados en nuestro país.

Otro de los resultados esclarecedores revela que, de las editoriales extranjeras, la más importante es Routledge, que ocupa el primer puesto de las editoriales más citadas de las bibliografías, incluso más que cualquier española, y la primera de las extranjeras citadas entre los profesores encuestados, encabezando también el índice SPI para editoriales extranjeras. A Routledge le sigue Sage Publications, con una posición destacada en los repertorios de nuestro estudio y en el propio SPI. Otras editoriales extranjeras que son frecuentes entre los libros citados en las bibliografías son Cambridge University Press, MIT Press, Oxford University Press y Lawrence Erlbaum, estas dos últimas reconocidas en el SPI.

4.5. Conclusiones

Los resultados del estudio realizado permiten conocer los libros que se manejan en el área de la Comunicación, tanto los que se citan en los artículos indexados como los que prefieren los profesores encuestados, encontrando entre ambas fuentes ciertas coincidencias en nombres y títulos que conformarían los textos de referencia en este ámbito.

Su análisis permite conocer, además, ciertas características de la edición académica en Ciencias de la Comunicación: en primer lugar, la cantidad y variedad de autores y textos que conforman las referencias y preferencias en el área, lo que permite hablar de *bibliodiversidad*. En segundo lugar, también se observa que los libros académicos de referencia en el área de la Comunicación están marcados por una significativa hegemonía masculina, y más en el ámbito de las publicaciones científicas indexadas que en las preferencias docentes. Las diferencias de género en la autoría son considerables: 60 puntos porcentuales, esa es la brecha de género en el campo de la Comunicación.

Otra de las características de los libros de Comunicación es la hegemonía lingüística anglófona que llega a equiparar su peso con los libros en español, sobre todo en los libros de referencia de las investigaciones. Ello permite confirmar que el idioma de la ciencia es el inglés (Abend, 2019), también de las Ciencias de la Comunicación en España, dado que la diferencia de textos españoles referenciados con respecto a los

anglosajones no es muy significativa, teniendo en cuenta que se analizan revistas españolas en las que, presumiblemente, escriben investigadores nacionales.

Otro de los rasgos distintivos que se han destacado de la literatura académica de comunicación es la actualidad de los libros que se manejan, aunque en las referencias bibliográficas y en las preferencias académicas no se renuncia a los clásicos.

Por lo que respecta a las editoriales, Cátedra y Routledge encabezan el ranking nacional y extranjero de editoriales en comunicación, a los que se suman Gedisa, Paidós, Comunicación Social, Alianza, Fragua, Síntesis o la Editorial de la UOC, en España, o Sage Publications, Oxford University Press y Lawrence Erlbaum en la edición anglosajona, editoriales que acumulan referencias y que han sido reconocidas por el SPI y otros rankings que se manejan en el área (Giménez Toledo, 2018). Se confirma el interés de los investigadores españoles por sustentar su actividad de investigación con libros publicados por casas editoriales bien posicionadas, las que reciben su estatus precisamente por el uso referencial por los libros que publican.

En la investigación financiada y publicada se siguen referenciando libros, a pesar del escaso reconocimiento que tiene el libro en los sistemas de evaluación actuales, como sostienen Marzal Felici, Rodríguez Serrano y Soler Campillo (2021). Estos autores señalan que los libros tienen un rendimiento cualitativo mejor que las revistas como referentes de las investigaciones, quizá por recibir un mayor recorrido temporal, dada la mayor caducidad en temas y en datos de los trabajos publicados en revistas. Esta fortaleza del libro de comunicación también se ha dejado sentir en los resultados de este estudio, confirmando que el libro sigue siendo un recurso ineludible en las investigaciones y entre los investigadores del área, por lo que hay que reivindicar su presencia en los indicadores de evaluación de la investigación y su consideración como medio privilegiado para difundir el conocimiento científico.

4.6. Referencias bibliográficas

- Abend, G. (2019). Una modesta proposició. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 133(1), 111-115.
- Alonso Arévalo, J.; Cerdón García, J.A.; Bruno Maltrás, B. (2016): Altmetrics: medición de la influencia de los medios en el impacto social de la investigación. *Cuadernos de documentación multimedia*, Nº. 27, 1, 2016, págs. 75-101
- Cerdón García, J.A.; Fernández Gómez, M.J.; Pinto Molina, M.; Alonso Arévalo, J.; Alonso Berrocal, J.L. (2011). Las monografías en la edición científica y los perfiles de autoría y productividad en las universidades andaluzas. *Acimed*, 22 (4), 317-336.
- Federación de Gremios de Editores de España (2021). *Comercio interior del libro*.
- Giménez-Toledo, E; Tejada-Artigas, C. (2012). Valoración de editoriales especializadas en Comunicación, Biblioteconomía y Documentación: encuesta a profesores e investigadores. *Profesional de la Información*, 21 (1), 50-62.
- Giménez-Toledo, E. (2018). *Estudio cualitativo de las editoriales académicas. La percepción de la comunidad científica española*. Federación de Gremios de Editores de España.
- Gómez-Hernández, José-Antonio (2015). Efectos negativos de los criterios de evaluación de la actividad investigadora para el sistema de comunicación científica en español. *Anuario Thinkepi*, vol. 9, pp. 200-206.
- Marzal-Felici, J.; Rodríguez-Serrano, A.; Soler-Campillo, M. (2021). Comparación del impacto de libros y artículos de investigadores españoles de comunicación a través de Google Scholar en 2019. *Revista Española de Documentación Científica*, 44 (1), e288. <https://doi.org/10.3989/redc.2021.1.1744>

Books of reference for the academic community in Communication

Gloria Gómez-Escalonilla

Universidad Rey Juan Carlos

Carlos Lozano-Ascencio

Universidad Rey Juan Carlos

Yenisley Polledo-Zulueta

Universidad Rey Juan Carlos

Jose Luis Piñuel-Raigada

Universidad Complutense de Madrid

4.1. Introduction

Spain's inclusion in the European Higher Education Area brought with it the need to agree assessment policies and forced the adoption of international indicators to evaluate scientific productivity by the different assessment agencies (CNEAI, ANECA or ANEP), especially valuing the number of publications present on the Web of Science (WOS): journals listed in *Journal Citation Reports* (JCR) or on the *Scimago Journal Rank* (SJR). This change in the assessment of scientific productivity «harms the scientific publications of Spanish publishers, publishers' and university libraries' open access policies, and excludes numerous areas of human and social sciences from research activity» (Gómez Hernández, 2015, 200). Indeed, the dynamic has generalised the practice of placing priority on the publication in reputed journals to the detriment to the publication of books. This is especially true in the social sciences where books have been a traditional channel for scientific communication. This is confirmed by Cordón García, et al (2011: 318), one of the few studies carried out on the publication of monographs in the university setting, Social Science (23.3%) was the subject that had the greatest number of publications, followed by Philology (17%) and Medicine (15.8%), along with Mathematics (15.3%).

Such neglect of books, which also coincides with the profusion of other mechanisms of scientific communication, such as social networks, has led to a feeling that new methodologies to measure science may be necessary (Alonso Arévalo; Cordón García; Maltrás, 2016: 76). Back in 2012, the San Francisco Declaration on Research Assessment

(DORA) suggested the need to evaluate research on its own merits and not based on the journal in which it is published. Although the impact indexes still exist, there are increasing numbers of fora in which this debate is taking place, calling for the assessment of content over platform, and defending books as a medium of scientific communication, as this paper seeks to do, by means of a study, within the framework of the MapCom project, which strives to examine the work and authors of reference in the field of Communication through a double empirical approach contrasting the bibliographies referenced in research papers with the opinions of the researchers themselves.

4.2. Publishing in Social Sciences

According to available statistics on the sector (FGGE, 2021), 74,589 new titles were published in Spain In 2020. The number shows the strength of the Spanish publishing sector; that is perhaps even clearer if one looks at turnover in the domestic market: 2,439.93 million euros. Books were sold, though with close to 17 million unsold copies sitting in warehouses, it is not unreasonable to speak of an overproduction of books, a dynamic that also characterises the subsector of academic publishing, an area that sectoral studies refer to as nonfiction. A total of 20,259 new titles were published in this category, representing 52.147 million copies, 29% of the total published, giving a turnover of 715.61 million euros; although this section is home to very diverse categories, from religious books to dictionaries, practical books or scientific texts, where technical titles span from Law and Economic Sciences to Social Sciences and Humanities. Of the latter, some 5,500 titles are published each year, making it the most prolific non-fiction field.

Social Sciences and Humanities books represented 4.6% of turnover: €112.62 million, similar figures to scientific-technical books (4.4%), but less than Law and Economics (5%), although they are the books that sold the most of the three categories (8,337,000 copies), a variation that can be explained by the lower prices in this branch of knowledge (an average of 12 Euros). Despite being the best-selling and cheapest titles, not all copies printed were sold, there were 1,322,000 books of Social Sciences and Humanities left to sell in 2020 alone, which reinforces the dynamic of overproduction of titles that seems to prevail in the sector.

«Self-publishing» should be added to this picture of scientific publishing, something that new technologies and print-on-demand services have favoured in recent years. Then there is the phenomenon of

the «author's edition», where authors finance the publication of their books, representing a profitable line of business for many publishers in the field, an alternative to the impact suffered by the digitisation of content with its free access. It is often thought that when you charge to publish a book, you are questioning the value of what you are publishing.

4.3. The value of publishing in Communication Sciences

«There is still little history behind quality studies of books, despite the fact that humanists and social scientists have called for them» (Giménez Toledo; Tejada Artigas, 2012: 51). However, there are initiatives that call for the creation of a system with different indicators: valuing that publishers use peer review, specialisation by subjects or the opinion of specialists «given their expert knowledge, their ability to judge specialised content critically, and their editorial experience» (Giménez Toledo, 2018: 74). These indicators are precisely those used by ÍLIA, the CSIC research group specialised in the study of academic books, to assess Spanish and foreign scientific publishing of Human and Social Sciences books, creating the Scholarly Publishers Indicators (SPI) , the ranking of publishers according to the ICEE (Indicator of Publishing Quality according to Experts).

The ÍLIA draws up the rankings for each discipline. The ranking for Communication Sciences appears in Table 1. The prestige of these rankings is recognized by the CNEAI itself in its evaluation of research activity, although it recognises it in fourth place, behind publication in indexed journals in JCR and SJR, as well as the non-indexed journals.

Other studies have also worked on the evaluation of publication in the field of Communication Sciences. The ranking changes slightly when different criteria are combined, such as when the publisher employs specialised reading committees, editors of renown, external reviewers, specialisation by subject, specialised collections, or due to the number of publications on the subject or positive reviews in journals in the area, apart from assessing its dissemination and distribution, its presence in bookstores and specialised libraries, or in databases. The publishers, ranked by importance, are: Paidós, Cátedra, Gedisa, Ariel, Síntesis, Tecnos, Bosch, Alianza, Gustavo Gilli, Biblioteca Nueva, Fragua, Eunsa, Rialp and Tirant lo Blanch (Giménez Toledo; Tejada Artigas, 2012).

Table 1. Ranking of the most prestigious Spanish and foreign publishers in Communication.

Spanish publishers	ICEE 2018	Foreign publishers	ICEE 2018
Cátedra	107	Routledge	105
Gedisa	105	McGraw-Hill	77
Ediciones Paidós	80	Oxford University Press	63
Comunicación Social	74	Sage Publications	62
Ariel	60	Pearson Publishing	25
Síntesis	54	IGI Global	22
Universitat Oberta de Catalunya	45	Wiley Blackwell	19
Alianza	40	Palgrave Macmillan	18
Biblioteca Nueva	40	Peter Lang Publishing Bosch	18
Pirámide	38	Lawrence Erlbaum	17
Tirant Lo Blanch	27	Springer	16
Fragua	26	Presses Universitaires France	13
Tecnos	25	Trillas	12
Akal	18	UNAM	12
Fondo de Cultura Económica	16	Amorrortu	10

Source: <http://ilia.cchs.csic.es>

4.4. Methodology and results

The methodological approach used in this study, which aims to look at the works of reference in the field of Communication and their characteristics, is based on a strategy that utilises two different sources of information: the bibliographies of papers published in scientific journals, and a survey of professors.

For the registration of bibliographic references, papers from research projects published in the major Spanish journals specialised in Communication were selected, utilising the h index. This indicator, prepared by Google Scholar, is composed from nine journals for the years 2007 and 2018, which for the whole period covered by the MapCom survey, are ordered as follows: *El profesional de la información*, *Estudios del Mensaje Periodístico*, *Comunicación y Sociedad*, *Revista Latina de Comunicación Social*, *Historia y Comunicación Social*, *Telos*, *Zer*, *Trípodos* and *Comunicar*. Reviewing all the issues of these journals over the 12 years of the study and selecting those papers marked as having been

financed by a competitive project, a total of 413 papers were identified that referenced 4,055 books in their bibliographies, a figure that represents the corpus of this first phase of the study. The main variables applied when registering the corpus, noted the name and gender of the lead author or, if applicable, the editor; the book's title; the publisher; place, country, year, and language of the edition.

In order to conduct the survey, university professors teaching in Spanish Faculties of Communication were identified and a questionnaire was sent to their emails. The survey contained questions about their research, since it was carried out in the general context of the MapCom project, and included a question about the books they used both in their teaching and their research work. 700 professors responded to the survey, although far fewer than that number indicated the relevant books. The results show a total of 383 books, these making up the corpus of this phase of the study. For the analysis of these bibliographic references, in addition to the title, author or editor of the book, the lead author's gender, place and date of publication, language and publisher, the subject of the monograph was also coded, in a categorisation that distinguishes between theoretical or epistemological books and texts on methodology, in addition to differentiating historical essays from those that focus on specific objects of study.

4.4.1. Most cited authors and books

The total number of authors registered in the bibliographies of the research papers comes to 2,551 with 260 authors cited by Communication professors. This data indicates the large number of signatories in the field of academic books on Communication, as there are a large number of professors and researchers publishing books.

An initial analysis of the data covers the authors who accumulate most references. Three stand out in the bibliographies of the scientific papers: Manuel Castell, Henry Jenkins and Klaus Krippendorff, who garner 46, 37 and 24 references respectively, as seen in Table 2, which specifies the other authors who accumulate more than 10 references from the bibliographies reviewed. Given that total of over 2,550 authors, the total number of references is relatively small, so it can be seen that, although certain books are cited more often, what stands out is the variety, representing the enormous diversity in the sources of information for research in Communication.

Table 2. Most frequently referenced authors (over 10 citations) in bibliographies published in indexed journals.

Author(s) of books of reference	Number of bibliographic references	Author(s) of books of reference	Number of bibliographic references
Castells, Manuel	46	Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo Palacio, Manuel	15
Jenkins, Henry	37	Kovack, Bill & Rosenstiel, Tom McCombs, Maxwell E. Salaverria, Ramón (Editor)	14
Krippendorff, Klaus	24	Boczkowski, Pablo J. Gilmor, Dan	13
Dominick, Joseph R. Goffmann, Erving Wimmer, Robert D. &	17	Boczkowski, Pablo J. Tuchman, Gaye	12
Igartua, Juan Jose Manovich, Levi	16	Bourdieu, P. Diaz Nosty, B. Krippendorff, Klaus Lopez Garcia, X. McQuail, D. Neuendorf, Kimberly A. Pereira Farina, X. Van Dijk, Teun A.	10

Created by the authors.

Although Manuel Castell is the most cited author, that is not only for his book *Comunicación y Poder*, his most cited publication, but for his work as a whole. The book that gains most references is *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, by Henry Jenkins. Castell has more published titles that have been used as references in research papers, especially the text *La Galaxia Internet*, which has 9 references. Thus, any analysis of the most cited authors must be accompanied by consideration of the most commonly cited books, because although there are logical correspondences, there are differences due to citations of other books written by the most cited authors. Table 3 shows the most referenced works in the research papers published in indexed journals in the field of Communication.

The three most frequently referenced authors in the papers published are also among the most cited by Communication professors, although Manuel Castells and Henry Jenkins do not occupy the top spots. Klaus Krippendorff does, since he is an author who accumulates preferences across the academic community, although the top positions are occupied by other authors who have worked in the field of methodology.

Table 3. Most cited books in the bibliographies of the indexed articles.

Book	# of bibliographical references
Jenkins, Henry. 2006. <i>Convergence Culture: Where Old and New Media Collide</i> . New York University Press	33
Castells, Manuel. 2009. <i>Comunicación y poder</i> . Alianza Editorial	19
Igartua, Juan José. 2006. <i>Métodos cuantitativos de investigación en comunicación</i> . Bosch	16
Krippendorff, Klaus. 1990. <i>Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica</i> . Sage Publications Salaverria, Ramón. 2005. <i>Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España</i> . Editorial Comunicación Social	14
Gillmor, Dan. 2004. <i>We the Media Grassroots Journalism by the People, for the People</i> . O'Reilly Media, Inc Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo. 2004. <i>Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics</i> . Cambridge University Press López García, Xosé; Pereira Fariña, Xosé (eds.). 2010. <i>Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España</i> . Servicio de Publicaciones de la Universidad de Santiago de Compostela	11
Neuendorf, Kimberly A. 2002. <i>The content analysis guidebook</i> . Sage Publications McCombs, Maxwell, E. 2006. <i>Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento</i> . Paidós	10

Created by the authors.

The books most cited by those surveyed are Rodrigo Alsina's *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas* and Roger Wimmer and Joseph Dominick's: *Mass Media Research*; José Luis Piñuel and Juan Antonio Gaitán for their *Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*; Juan José Igartua with *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*; Aarón Rodríguez Serrano and Samuel Gil for *Investigar en la era neoliberal*; Laurence Bardin for *Content Analysis* and Krippendorff for *Content Analysis: an introduction to its methodology*, the most widely used technique in our field.

4.4.2. Disciplinary areas of the books of reference

The disciplinary fields addressed by the books analysed are greatly varied. However, the bibliographies referenced in the research papers did not cover the fields of theory and epistemology, methodology and techniques, essays and dissemination, or dictionaries and encyclopaedias. In addition to books of a methodological nature, those that stand out are essay-type works on specific aspects of communicative phe-

nomena, related to multimedia convergence, digital impact, and the media's incidence in politics or public opinion.

The books most cited by Communication professors, by disciplinary fields, indicate a clear preference for methodology, such as manuals of research methods or techniques. Second place is taken by essays on specific aspects of Communication with books that give an account of academic reflections on the communicative phenomena that concern us. The next category is that of books on theory and epistemology, which may be due to the existence of subjects specific to this disciplinary field, since, after all, the academics were asked about their books of reference. That may also explain the presence of books on methodology, given that there are also subjects or topics in undergraduate and postgraduate degrees concerning how to conduct research. The other large category that brings together references are dictionaries and/or guides, these being texts that also help educators do their job.

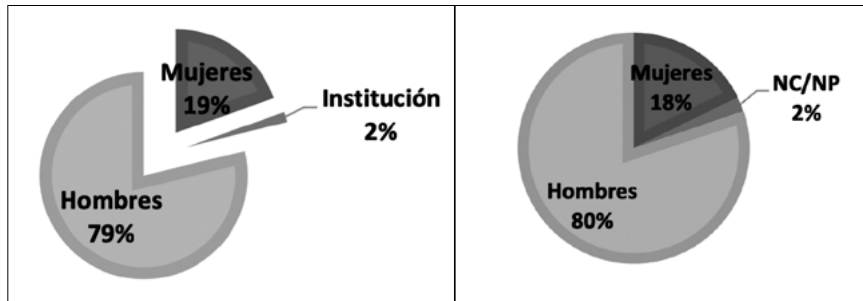
4.4.3. The gender of authorship in the books of reference

One important fact can be taken from the ranking of the most cited authors in the bibliographies of the journals that appears in Table 2: only two of the 27 authors are women: Gaye Tuchman and Kimberly Neuendorf. Furthermore, only 6 of the 29 most cited authors in the survey are women. Although the number of citations is better than that of authors, female authors continue to be cited less frequently: Leonarda García Jiménez, María Moliner, Eloísa Nos Aldás, Laurence Bardin, María Luisa Humanes and Naomi Klein. None of the female authors is present simultaneously in both the bibliographies and the survey.

This scarce presence of women in the authorship of the most commonly cited books is repeated when the total number of references is analysed, both from the bibliographies of papers in journals and from the survey. 78.4% of the 4,055 books analysed were penned by men. There are only 790 texts by female authors, which represents 19.5% of the total. In other words, approximately eight out of ten of those whose names figure on papers are male authors or editors, while two out of ten are female.

The pattern of male pre-eminence is also repeated in the analysis of the books cited by teachers, 80% of those cited are men, while 18% cite a book signed by a woman, either as sole author or as lead signatory. The numbers in Figure 1 speak loud and clear: 307 of the 383 books cited are signed by male researchers compared to 68 references where the signature corresponds to female researchers.

Figures 1 & 2: authorship gender. Created by the authors.



Of the books cited in the bibliographies of the indexed papers.

Of the books referenced by teachers in the survey.

4.4.4. *Geographical origin*

Of the 27 authors that appear in the ranking of books derived from the bibliographies of the papers, only 7 are Spanish, which gives an idea of the relative importance of our scientific literature in Communication as a reference for research carried out and published in Spanish journals.

Although Spaniards are not in the ranking of the most cited, they are in the total number of cited books, when the nationality of the authors is extrapolated from the country of publication of the books analysed. The data indicates that 51.9% of the books come from Spain. Bearing in mind that all the journals analysed are published in Spain, it is noteworthy that only slightly more than half of the books are presumably published by Spaniards. The United States comes second, with 931 titles (23%), and the United Kingdom third, with 543 works cited (13.4%). The English-speaking linguistic hegemony in academic literature on Communication is undeniable. It is even more remarkable that despite the linguistic and even cultural proximity, books of Latin American origin are not found to be benchmarks in this field of study, making it clear that the professors surveyed look principally towards academic literature produced by English-speaking linguistic colonialism.

The data shows that more than half (54.7%) of the books cited are written in Spanish, followed closely by those written in English: 40.6%. Other European languages have much less impact (French 1.5%, Italian 0.6%, Portuguese 0.6%, and German 0.4%) as do the co-official ones of the Spanish State: 35 books in Catalan, 6 in Basque, and one in Galician.

If we look at the total number of books cited by teachers in the survey, differences can be seen with respect to the cited bibliographies that confirm the dominance of Spaniards over foreigners, or at least, of the books published in Spain compared to those published abroad. Thus, 75% of the cited books have been published in Spain, specifically 285 of the 383 cited. Of those published abroad, books from the United States predominate, 11% of the total, just over 40 texts, followed by those published in the United Kingdom, 8.2%, 32 books. Once again, the English-speaking dominance over other geographical areas is repeated. And the pattern of the scarce Latin American presence is also repeated, standing at around 7%, these texts most commonly printed in Mexico, the country where 11 texts cited by the professors surveyed were published.

4.4.5. *Publication dates*

It can be seen from the publication dates of the books being analysed that most of them were published in the last 20 years, confirming that research in the area of Communication is backed by academic texts fruit of the most up-to-date currents of thought and social dynamics.

A clearly ascending line is apparent when considering output over the decades. The period 2000-2009 is consolidated as the cycle with the greatest number of texts linked to the structuring of research papers, a total of 1,641 books, which represents 40.5%; although the decade that accumulates the most books cited by the professors is still the most recent, whereas 117 books cited by professors date from 2000 to 2009, 150 were published from 2010 to 2019. The difference may be due to the fact that the survey was carried out recently, while the analysis of the bibliographies stopped at 2018. In fact, the survey cites 14 books published from 2020 to 2022.

There is a clearly marked tendency to use contemporary literature to support research and teaching in the field of Communication. However, the notable incidence in the use of books published in the nineties (18.5% of the books cited) or even earlier (12%) confirms that Communication research does not renounce the use of classic or pre-established titles as references in the field. Nor did the academics surveyed renounce older sources, as 63 books cited as references for their teaching and research practices are from the last century.

4.4.6. Publishers

Analysis of the publishers that produced books of reference in the field of Communication shows a double ranking based on the two sources consulted (Table 6). This relationship makes it apparent that many of the publishers coincide in the top positions. The publishers also coincide with the ranking produced by the SPI (*Scholarly Publishers Indicators*) for the field of Communication (Table 1), which reaffirms the pattern of Spanish researchers supporting their research work with academic literature produced by high-ranking publishers, with strong reputations in the field.

Table 6. Publishers most cited in the bibliographies of papers and the survey.

From the bibliographies	Citations	From the academics surveyed	Citations
Routledge	152	Cátedra	24
Paidós	150	Paidós	21
Sage Publications	134	Alianza Editorial	19
Gedisa	99	Routledge	15
Editorial Ariel	87	Síntesis	15
Editorial UOC	80	Sage Publications	14
Oxford University Press	78	Bosch	11
Alianza Editorial	72	Gedisa	10
Fragua	66	Tecnos	10
Cambridge University Press	64	Ediciones Akal	9
Lawrence Erlbaum	49	Servei de Publicacions de la UAB	9
Comunicación Social	48	Siglo XXI	7
MIT Press	47	Comunicación Social	7
Cátedra	46	Editorial UOC	6
Síntesis	46	Fragua	5

Created by the authors.

Cátedra is the top-ranking Spanish publisher according to SPI, and is also the first preference of Communication professors, although it is lower in the ranking of bibliographical references of published papers. This Madrid publishing house can be seen as the most solid reference in terms of the production of texts in the field. Something similar can be said for the publishers Gedisa, Paidós, Comunicación Social, Alianza, Fragua, Síntesis or the publishing arm of the UOC (Universitat Oberta

de Catalunya), these being present on all three lists, which argues they are the Spanish publishers with the greatest presence in the field.

Such coincidence on the three lists responds to a two-way logic, their privileged position is due to the fact that they are the imprints that publish the most cited books in the bibliographies and/or that are a reference for specialists and professionals in the area. And at the same time, this frequency encourages researchers' interest in publishing books through these well-positioned publishing houses, a self-sustaining loop.

Apart from these cited publishers we find the imprints Tecnos and Akal, recognized by SPI and present on the list of publishers of books cited in the survey, although not in the bibliographies of the research papers analysed. One explanation could be that certain collections of publishing companies are commercially oriented towards «captive» readers of academic teaching.

Other publishers cited by bibliographies or professors are Ariel, Siglo XXI, Bosch or the Publishing Service of the UAB, although they are publishers that the SPI recognises below 15 ICEE points (Indicator of Publishing Quality according to the Experts). Also recognised are Biblioteca Nueva, Pirámide, Tirant lo Blanch or the Fondo de Cultura Económica whose books appear less frequently cited by papers or academics. As far as foreign publishers are concerned, there is one clear fact: more books published abroad figure in the bibliographies of journal papers than among the books cited by the academics surveyed, who prefer books published in Spain.

Another illuminating result is that, of the foreign publishers, the most important is Routledge, which ranks first among the most cited publishers in bibliographies, even more than any Spanish publisher, and is also first among the foreign publishers cited by the academics surveyed. It also tops the SPI index for foreign publishers. Following Routledge comes Sage Publishing with a prominent position on the lists in our study and on the SPI. Other foreign publishers that appear frequently among the books cited in the bibliographies are Cambridge University Press, MIT Press, Oxford University Press and Lawrence Erlbaum, the latter two recognized on the SPI.

4.5. *Conclusions*

The results of the study conducted identify the books most commonly used in the field of Communication, both those that are cited in indexed papers and those that the academics in our survey prefer,

both sources containing certain coincidences as regards names and titles that make up the list of texts of reference in the field.

Analysis points to certain characteristics in academic publishing in Communication Sciences: firstly, the number and variety of authors and texts that make up the references and preferences in the field, which allows us to speak of *bibliodiversity*. Secondly, it can be seen that the academic books of reference in Communication are marked by a significant male hegemony, more so in the field of indexed scientific publications than among teaching preferences. Gender differences in authorship are considerable: 60 percentage points, that is the gender gap in the field of Communication.

One other characteristic of books on Communication is the English-speaking linguistic hegemony that practically matches the number of books in Spanish, especially in books of reference for research. This would seem to confirm that English is the language of science (Abend, 2019), this being true also of Communication Sciences in Spain, given that there is no significant difference between numbers of Spanish texts cited and those in English, taking into account that the study analyses Spanish journals in which, presumably, Spanish researchers write.

Another of the distinctive features worth mentioning in academic literature in Communication is the topicality of the books being utilised, although the classics have not disappeared from bibliographical references and academic preferences.

Regarding publishers, Catedra and Routledge lead the national and foreign ranking of publishers in Communication, along with Gedisa, Paidós, Comunicación Social, Alianza, Fragua, Síntesis or Editorial de la UOC, in Spain, or Sage Publishing, Oxford University Press and Lawrence Erlbaum among English publications. These being publishers that accumulate citations and that have been recognized by the SPI and other rankings working in the field (Giménez Toledo, 2018). The interest of Spanish researchers in supporting their research activity with books edited by publishing houses of renown is confirmed, their status deriving precisely from the referential use of the books they publish.

Books continue to be cited in funded and published research, despite the scant recognition that they receive in current evaluation systems, as argued by Marzal Felici, Rodríguez Serrano and Soler Campillo (2021). These authors point out that books have better qualitative performance than journals as references for research, perhaps because they cover a longer time span, given the greater topicality of the subject matter and data in papers published in journals. The enduring strength of books

on Communication has also been reflected in the results of this study, confirming that books continue to be an essential resource for research and among researchers in the field, which is why their presence in research assessment indicators must be defended as well as their position as a privileged medium for the dissemination of scientific knowledge.

4.6. References

- Abend, G. (2019). Una modesta proposició. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 133(1), 111-115.
- Alonso Arévalo, J.; Cordón García, J.A.; Bruno Maltrás, B. (2016): Altmetrics: medición de la influencia de los medios en el impacto social de la investigación. *Cuadernos de documentación multimedia*, Nº. 27, 1, 2016, págs. 75-101
- Cordón García, J.A.; Fernández Gómez, M.J.; Pinto Molina, M.; Alonso Arévalo, J.; Alonso Berrocal, J.L. (2011). Las monografías en la edición científica y los perfiles de autoría y productividad en las universidades andaluzas. *Acimed*, 22 (4), 317-336.
- Federación de Gremios de Editores de España (2021). *Comercio interior del libro*.
- Giménez-Toledo, E; Tejada-Artigas, C. (2012). Valoración de editoriales especializadas en Comunicación, Biblioteconomía y Documentación: encuesta a profesores e investigadores. *Profesional de la Información*, 21 (1), 50-62.
- Giménez-Toledo, E. (2018). *Estudio cualitativo de las editoriales académicas. La percepción de la comunidad científica española*. Federección de Gremios de Editores de España.
- Gómez-Hernández, José-Antonio (2015). Efectos negativos de los criterios de evaluación de la actividad investigadora para el sistema de comunicación científica en español. *Anuario Thinkepi*, vol. 9, pp. 200-206.
- Marzal-Felici, J.; Rodríguez-Serrano, A.; Soler-Campillo, M. (2021). Comparación del impacto de libros y artículos de investigadores españoles de comunicación a través de Google Scholar en 2019. *Revista Española de Documentación Científica*, 44 (1), e288. <https://doi.org/10.3989/redc.2021.1.1744>

GRÁFICOS EN COLOR / COLOUR GRAPHS

Imagen 1. Captura de pantalla del servicio de Archive.org donde muestra los períodos donde se hicieron capturas del contenido de la web de MAPCOM (http://web.archive.org/web/2022000000000*/www.mapcom.es).

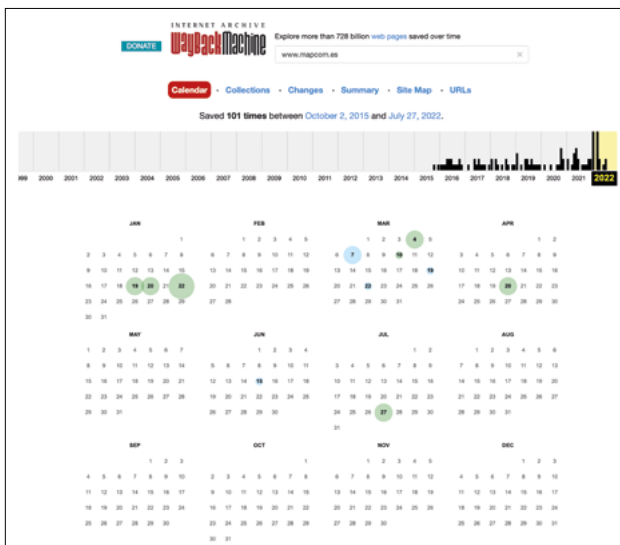
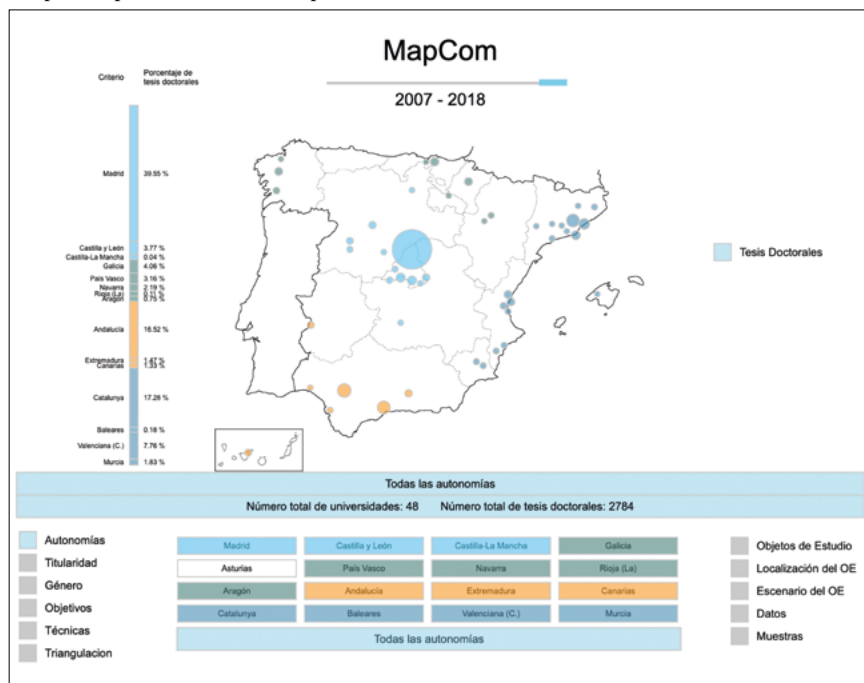


Imagen 2. Universidades representadas como círculos de diferentes radios, atendiendo a su cantidad de producción, sobre el mapa de España. (https://mapcom.es/includes/mapas/tesis_doctorales/).



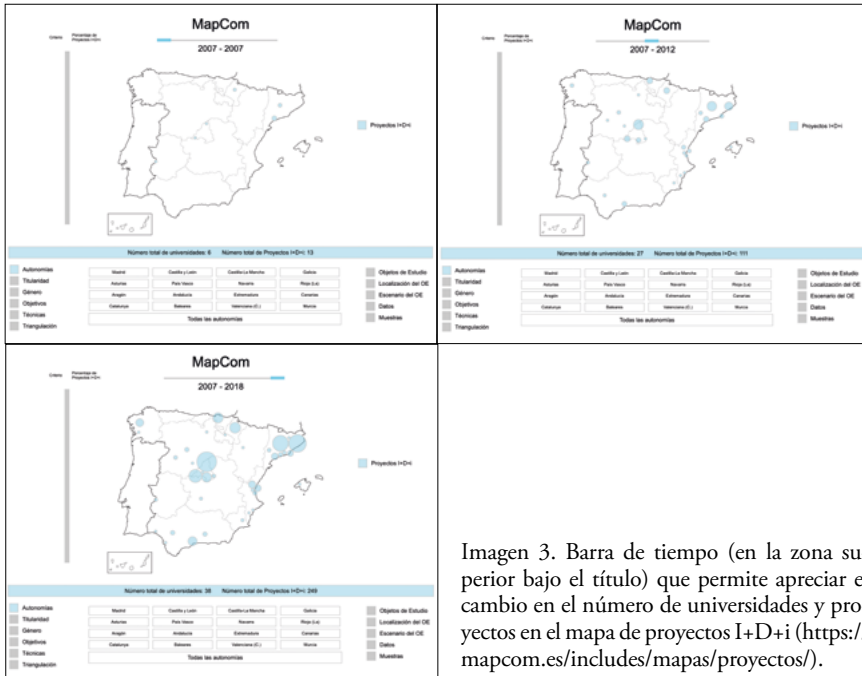


Imagen 3. Barra de tiempo (en la zona superior bajo el título) que permite apreciar el cambio en el número de universidades y proyectos en el mapa de proyectos I+D+i (<https://mapcom.es/includes/mapas/proyectos/>).

Imagen 4. Porcentajes de todas las técnicas de análisis de documentos de las tesis doctorales (https://mapcom.es/includes/mapas/tesis_doctorales/).

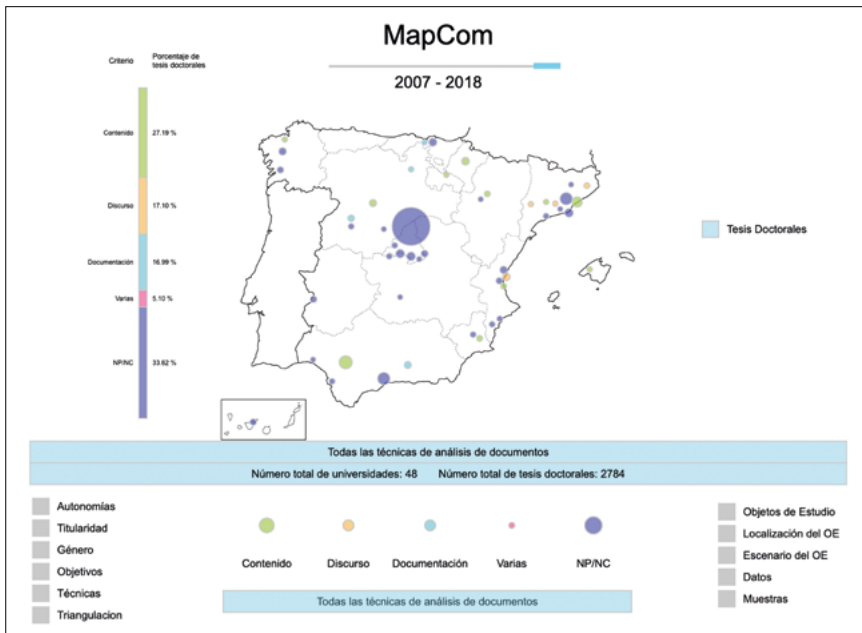


Imagen 5. Cantidad y porcentaje de proyectos I+D+i escritos por mujeres y por hombres (https://mapcom.es/includes/mapas/proyectos/).

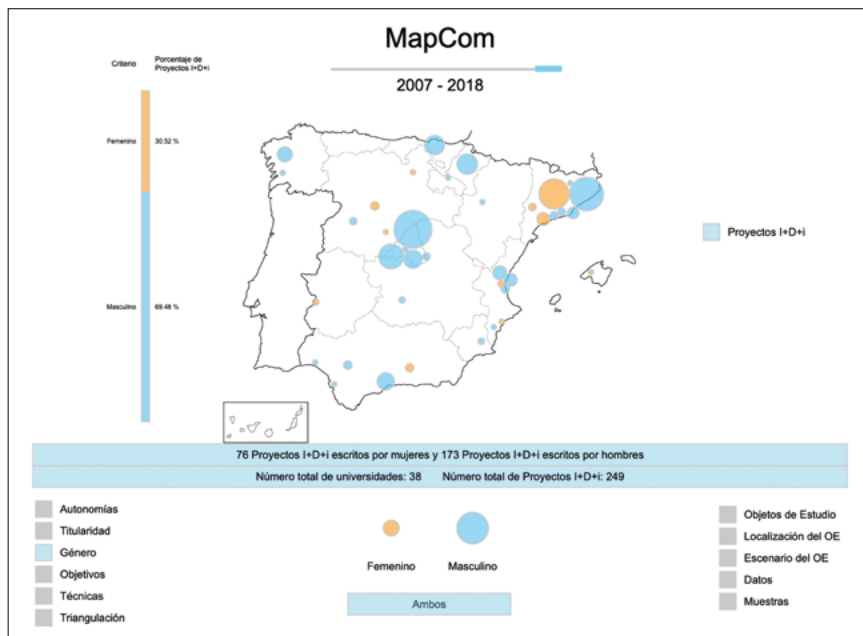


Imagen 6. Revistas en las que han sido publicados los artículos de investigación (https://mapcom.es/includes/mapas/articulos/).

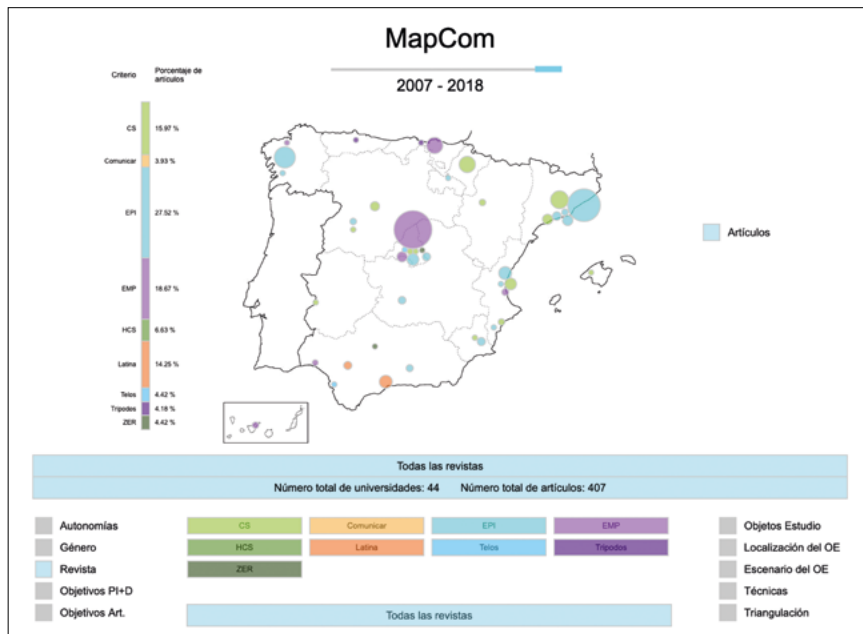


Imagen 7. Congresos en los que han sido presentadas las comunicaciones.
 (https://mapcom.es/includes/mapas/comunicaciones/).

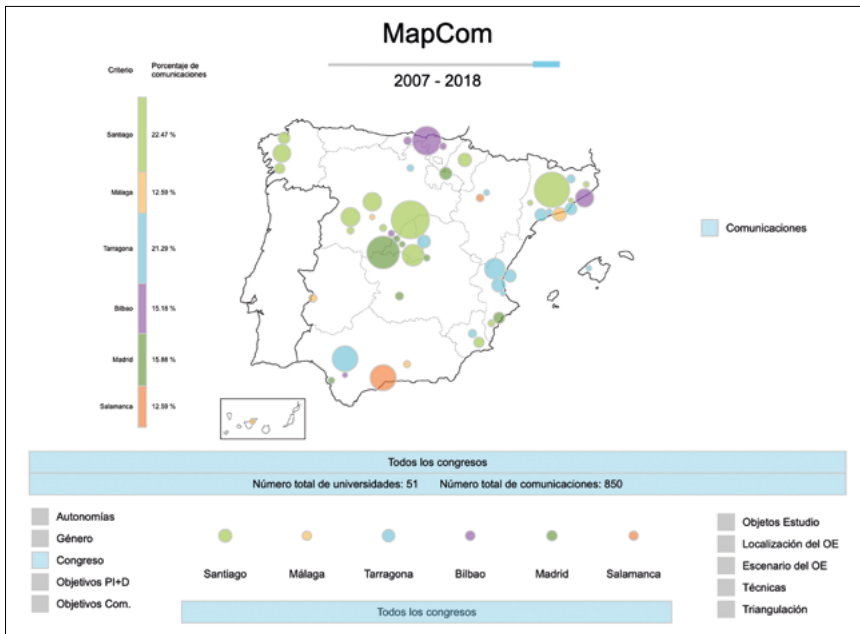


Imagen 9. Porcentajes de grupos de investigación con diferentes números de publicaciones.
 (https://mapcom.es/includes/mapas/grupos_investigacion2/)

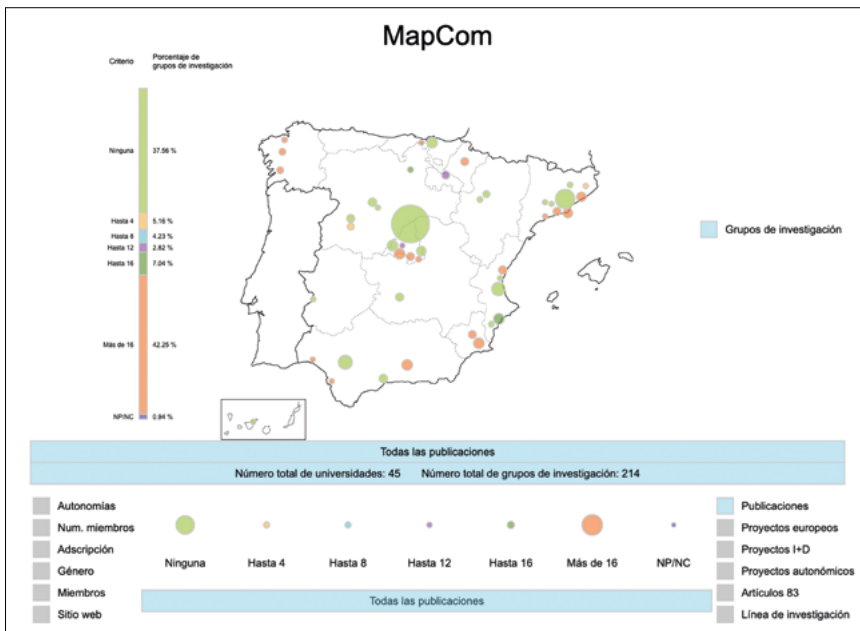


Imagen 8A y 8B. En la imagen superior se muestran todos los países en los que se han publicado libros. En la imagen inferior está el detalle de los lugares, en este caso ciudades, de Brasil en las que se han publicado libros. En ambos casos está seleccionado el criterio de Idioma. (<https://mapcom.es/includes/mapas/libros/>)

Imagen 8A. (<https://mapcom.es/includes/mapas/libros/>)

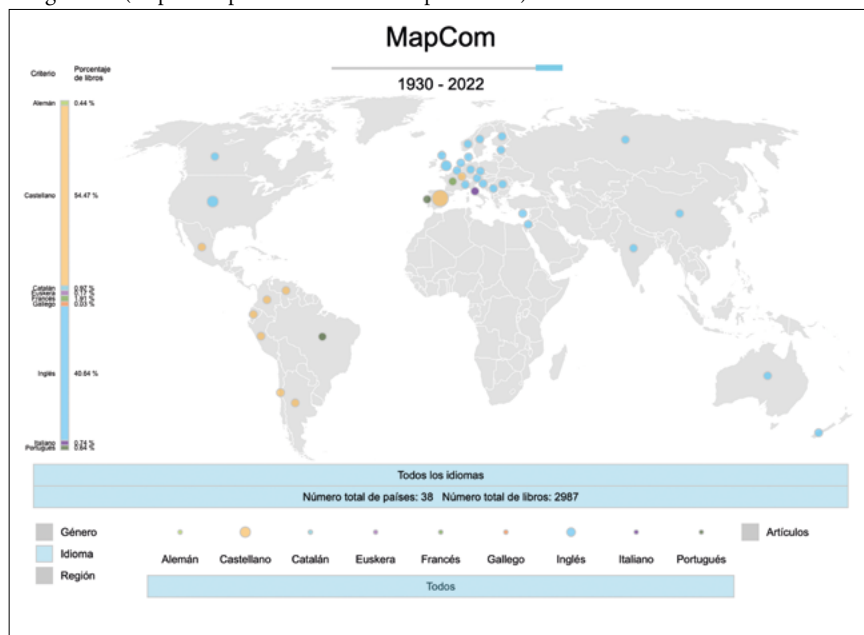


Imagen 8B. (<https://mapcom.es/includes/mapas/libros/>)



Imagen 10. Número y porcentaje de respuestas a la pregunta 2 de la encuesta aplicada al censo de investigadores en 2021. (<https://mapcom.es/includes/mapas/encuestas/>)

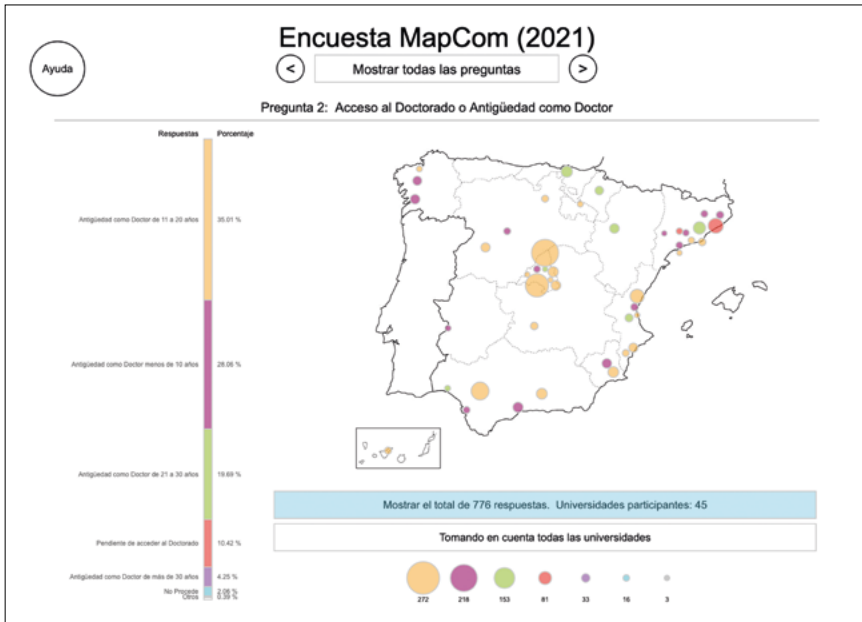


Imagen 11A. (<https://mapcom.es/includes/mapas/comunicaciones/>)

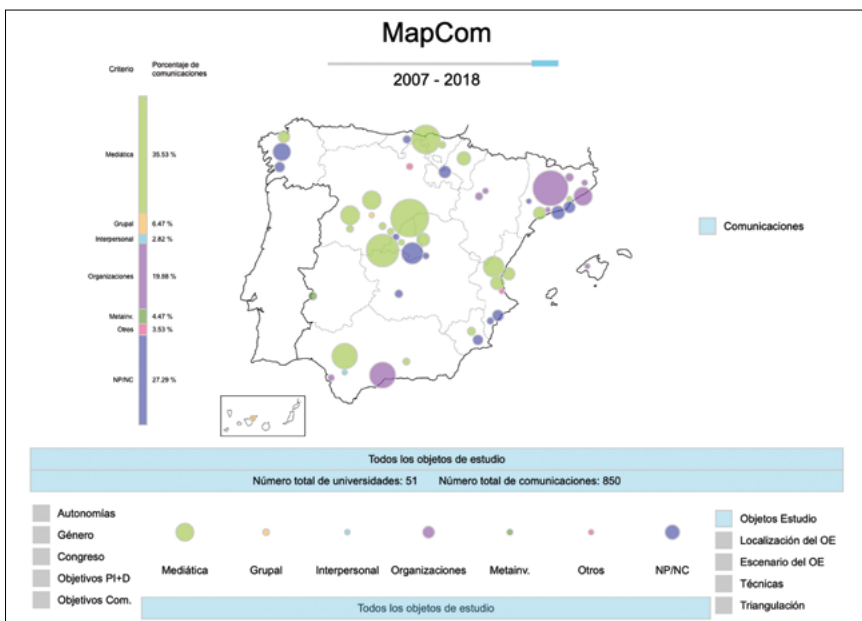


Imagen 11A, 11B y 11C. Exploración de lo general a lo específico. A la izquierda se pueden observar las comunicaciones de todas las universidades. En la parte superior se encuentra el listado de todas las comunicaciones de la Universidad Complutense de Madrid. En ambos casos el criterio seleccionado es Objeto de Estudio. En la parte inferior se muestra la información de una comunicación específica (<https://mapcom.es/includes/mapas/comunicaciones/>).

Imagen 11B. (<https://mapcom.es/includes/mapas/comunicaciones/>)

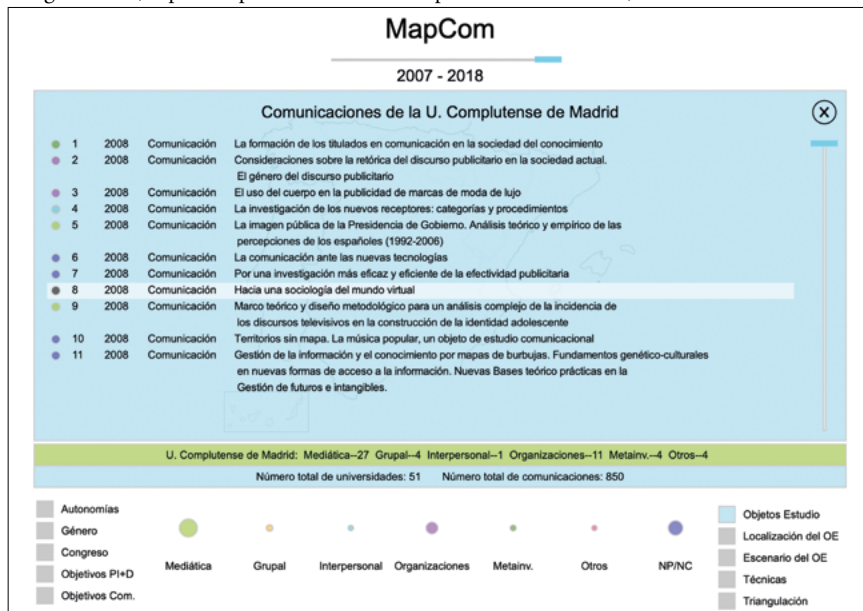


Imagen 11C. (<https://mapcom.es/includes/mapas/comunicaciones/>)

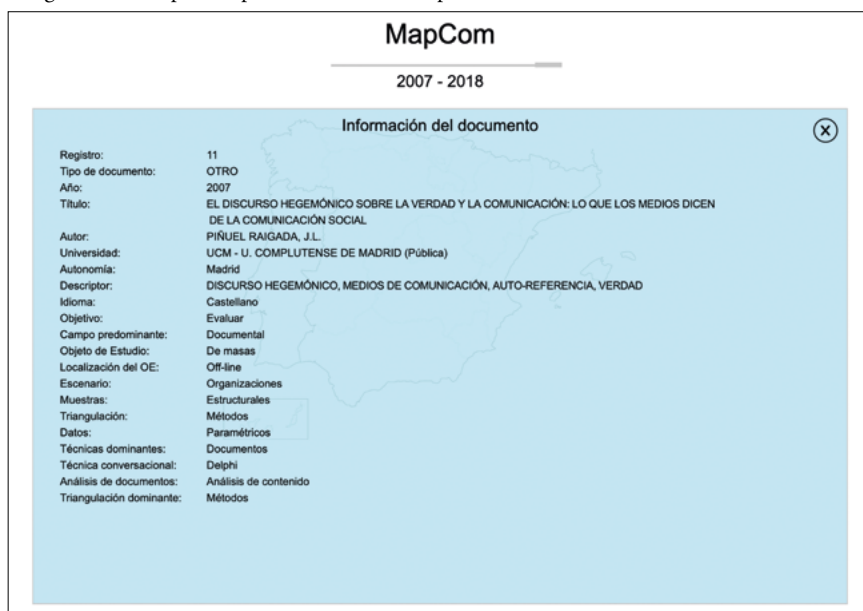


Imagen 12. Lista de artículos de investigación de la Universidad Complutense de Madrid. El criterio seleccionado es Objetivos PI+D, así que el color muestra para cada artículo si su objetivo es describir (verde), explicar (naranja) o evaluar (cyan). No hay artículos que tengan por objetivo intervenir o que no conste (https://mapcom.es/includes/mapas/articulos/).

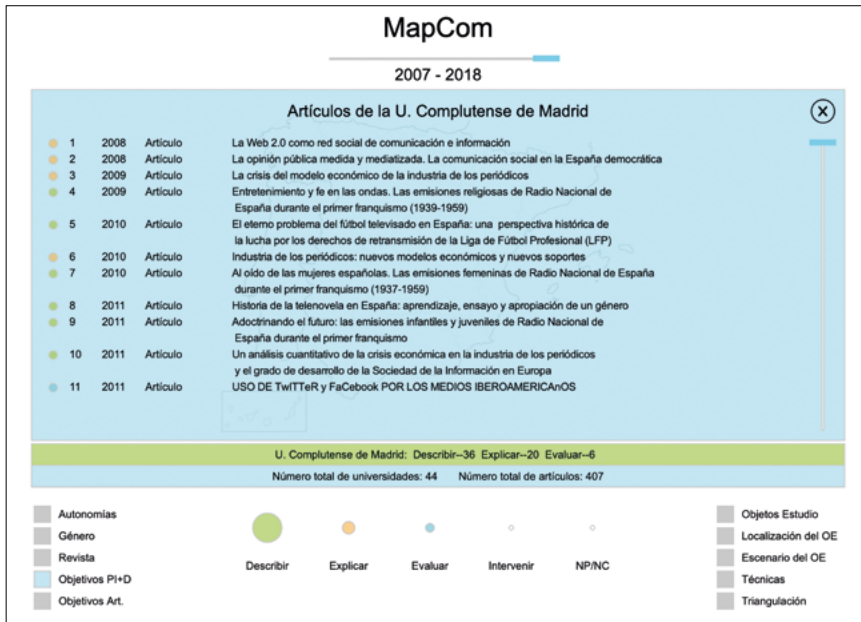


Imagen 13. Lista de todas las preguntas de la encuesta aplicada al censo de investigadores en 2021. Al seleccionar la pregunta se puede regresar al mapa con las respuestas. (https://mapcom.es/includes/mapas/encuestas/)

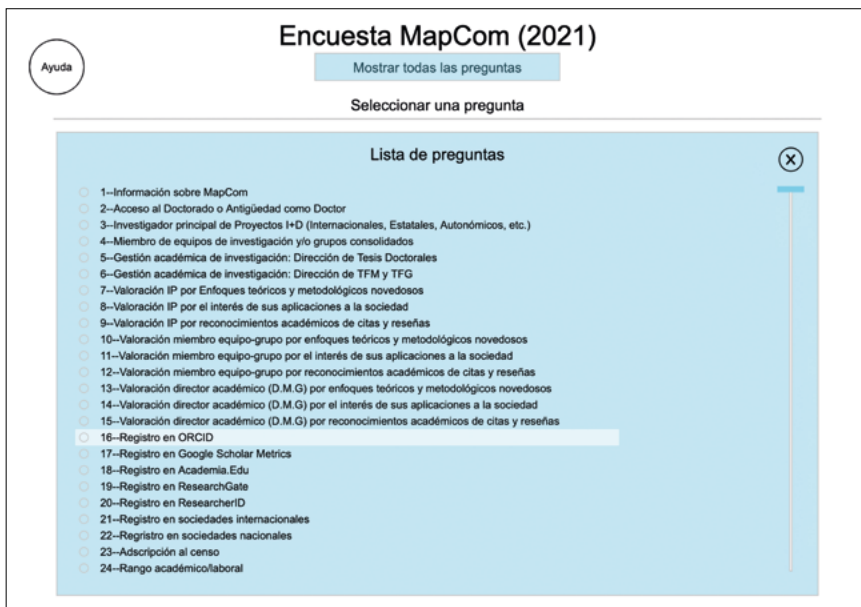


Imagen 14A Y 14 B. En la parte superior se muestran todos los encuestados de la Universidad Rey Juan Carlos. En la parte inferior está el detalle de las respuestas dadas por el encuestado seleccionado. La encuesta es anónima, por lo que cada encuestado es identificado con un número. (<https://mapcom.es/includes/mapas/encuestas/>)

Imagen 14A. (<https://mapcom.es/includes/mapas/encuestas/>)

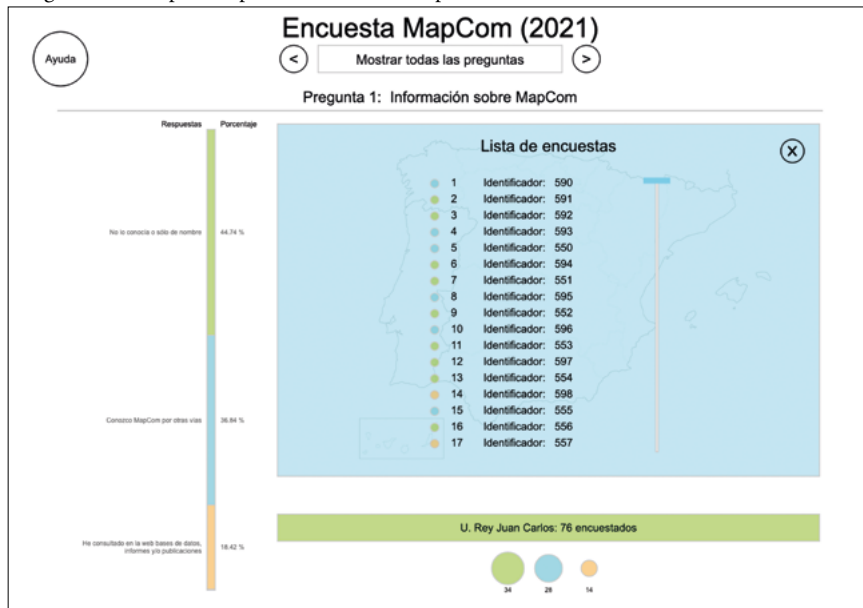


Imagen 14B. (<https://mapcom.es/includes/mapas/encuestas/>)



Imagen 15A y 15B. En la parte superior se muestran todos los grupos de investigación de la Universidad Autónoma de Barcelona. El criterio seleccionado es Publicaciones. En la parte inferior está la lista filtrada, sólo se muestran los grupos con más de 16 publicaciones. (https://mapcom.es/includes/mapas/grupos_investigacion2/)

Imagen 15A. (https://mapcom.es/includes/mapas/grupos_investigacion2/)

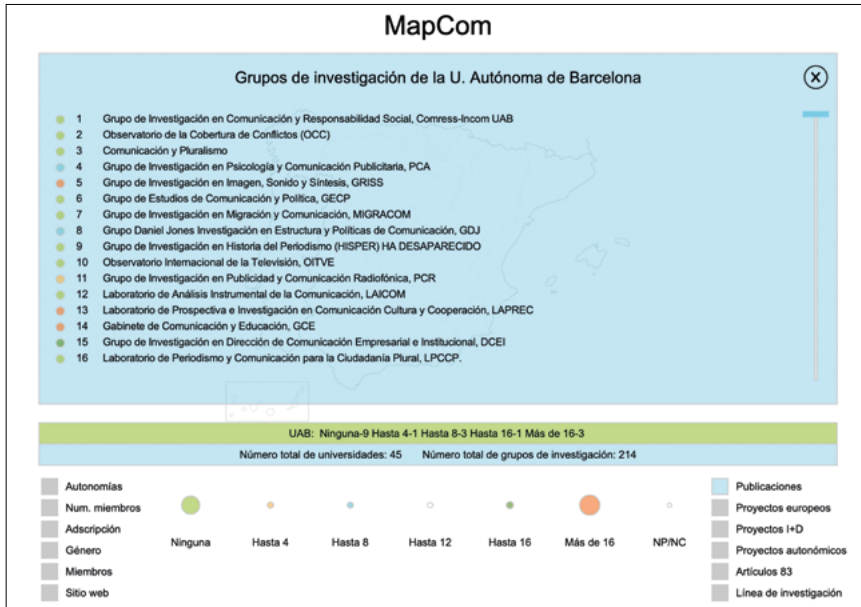


Imagen 15B. (https://mapcom.es/includes/mapas/grupos_investigacion2/)

