

RAE-IC Revista de la Asociación Española de
Investigación de la Comunicación

Temáticas, enfoques y metodologías más frecuentes en una revista emergente. Estudio de la Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación

Ángel Vizoso
angel.vizoso@usc.gal

Sara Pérez-Seijo
s.perez.seijo@usc.es

Carlos Toural-Bran
carlos.toural@usc.gal



En activo desde 2014

- 17 números publicados hasta febrero de 2022

Carácter bianual: números en febrero y noviembre

Edita: Grupo Novos Medios (Universidade de Santiago de Compostela)

Open Access

Publicación gratuita

Convivencia: jóvenes investigadorxs e investigadorxs con una trayectoria más amplia

Secciones:

- Firma invitada
- Cuaderno Central (propuestas de las Secciones y Grupos Temáticos de la AE-IC)
- Miscelánea
- Novedades editoriales
- Agenda

RAE-IC Datos generales del estudio realizado

Cuaderno Central

99

artículos

Miscelánea

102

artículos

RAE-IC Uno o dos firmantes. Universidades de habla hispana

Autoría	Nº artículos
1 autor	101
2 autores	58
3 autores	37
4 autores	5

País	Cantidad
España	214
Brasil	40
Ecuador	28
México	19
Argentina	15
Colombia	9
Portugal	6
Mozambique	3
Austria	2
Marruecos, Cuba, Guatemala, Francia	1

Escasa colaboración

- 36/201 artículos son resultado de colaboración entre diferentes Universidades

Investigación transnacional casi inexistente:

- 11/201 artículos con autoras/es de países diferentes

RAE-IC El español como lengua predominante

Idiomas aceptados:

- Español, catalán, gallego, euskera, inglés, italiano portugués y francés

Idiomas empleados

Español	Portugués	Inglés
179 artículos	20 artículos	2 artículos

RAE-IC Tipología de los estudios publicados

Enfoque fundamentalmente descriptivo/exploratorio

Cuantitativo	Cualitativo	Descriptivo/ exploratorio	Mixto
36 (17,91%)	54 (26,87%)	79 (39,30%)	32 (15,92%)

Más frecuente en los primeros números. 45/100 primeros artículos cuentan presentan este enfoque

Gran fuerza de la revisión y el análisis de contenido:

Observación	Encuesta	Entrevistas	Análisis de contenido	Estudio de caso	Experimental	Revisión	Focus Group
15	22	25	75	27	0	76	6

RAE-IC Recorrido posterior de lo publicado

Google Scholar

656

citas

113

artículos

Más citados (31 citas):

López Meri, Amparo: “El impacto de Twitter en el periodismo: un estado de la cuestión” (vol. 2, n.4, 2015)

Sixto García, José: “Marketing hasta la última definición de la AMA (American Marketing Association)” (vol. 1, n. 2, 2014)

Captación autorxs

- Problemas para la captación contribuciones procedentes de Universidades de fuera de España en el Cuaderno Central

Escasa colaboración entre Universidades y entre países

Aportación externa al contexto Iberoamericano: casi nula

Efecto “segunda opción”

- Muchos de los trabajos llegan tras ser rechazados en publicaciones de mayor impacto

Aumento del número de revistas en el campo

- Necesidad de posicionarse e intentar captar temáticas interesantes (Miscelánea)

Indexación

- Dificultad para captar investigaciones elaboradas *ex profeso* para la revista, no enviadas tras ser rechazadas.
- Necesidad de posicionarse en los principales índices para despertar el interés de investigaciones más complejas y más ricas.

Posible complejidad o “excesiva especialización” de algunas de las temáticas del Cuaderno Central

Idioma

- ¿Freno para la expansión de la revista?

Plataforma para los primeros pasos

- Coincide con la voluntad de la revista
- Posibilidad de dar acogida a investigaciones novedosas desde el punto de vista de la temática o del enfoque

Diversidad temática

Buen recorrido posterior para buena parte de los artículos publicados

Proceso de inclusión en bases de datos a lo largo de los últimos años

- Sello FECTYT (2021), Latindex (2020), Directory of Open Access Journals (2020)

Perfil de lxs autorxs

- Alta presencia de jóvenes investigadorxs, en solitario o con sus mentorxs

Creciente interés y necesidad de la comunidad investigadora de Iberoamérica

Variedad temática: implicación de las Secciones y Grupos Temáticos

Cambio en el enfoque de los artículos: cada vez más ricos desde el plano metodológico.

En lo relativo a las bases de datos. En proceso:

- Emerging Sources Citation Index — ESCI y Scopus

Refuerzo de la tarea de promoción

- Redes sociales (generalistas y académicas), listas de difusión, newsletters, etc.
- Voluntad de ser más creativos para llegar al público potencial

Esfuerzo para la inclusión en los principales índices

- = mayor atractivo para lxs investigadorxs

Necesidad de anticipación a las temáticas que pueden ser de interés

- De forma conjunta con las Secciones y Grupos Temáticos de la Asociación
- Búsqueda de temáticas relevantes en el momento sin que su naturaleza suponga una dificultad a la hora de recibir propuestas

RAE-IC Revista de la Asociación Española de
Investigación de la Comunicación

Temáticas, enfoques y metodologías más frecuentes en una revista emergente. Estudio de la Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación

Ángel Vizoso
angel.vizoso@usc.gal

Sara Pérez-Seijo
s.perez.seijo@usc.es

Carlos Toural-Bran
carlos.toural@usc.gal

