

## **Revistas del *Journal Citation Reports* sobre Comunicación**

### Communication Journals in the Journal Citation Reports

*Emilio Fernández Peña* \*

**Nota de la redacción:** Esta sección sustituye a la que tradicionalmente hizo, hasta su fallecimiento, el profesor Daniel E. Jones sobre las revistas iberoamericanas de comunicación. El profesor Fernández Peña se encarga ahora de hacer un recorrido por los contenidos de las revistas sobre comunicación más importantes no sólo de Iberoamérica, sino de todas aquellas con factor de impacto, aquellas que, precisamente, más influencia tienen sobre la producción académica y científica en nuestro área de conocimiento.

---

\* Profesor Titular de Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona. Email: [Emilio.Fernandez@uab.cat](mailto:Emilio.Fernandez@uab.cat)

## 1. Introducción

El *Journal Citation Reports* recoge en su catálogo 44 revistas de comunicación publicadas todas ellas en inglés y accesible vía Internet. Tanto si entendemos la ciencia como el progreso acumulativo que se apoya en los trabajos anteriores para construir nuevo conocimiento, como si la entendemos como una ruptura de paradigma con lo establecido, siempre resulta indispensable conocer lo que otros han hecho para crear lo nuevo.

Todas las revistas que aparecen en el *Journal Citation Report* cuentan con evaluación ciega de los artículos, al menos, por pares y han demostrado una regularidad en su publicación y un reconocimiento mínimo por parte de la comunidad científica para ingresar en el club. No es necesario que la revista esté escrita en idioma inglés para que forme parte del índice, pero la predominancia de esta lengua es tan grande que la publicación en inglés es recomendable de cara a su impacto a escala global.

El catálogo elaborado por el *Journal Citation Reports* cuenta con reconocimiento internacional en las áreas de ciencias, pero todavía está cuestionado en el caso de las Ciencias Sociales, aunque esta discusión será incorporada a futuros trabajos. Para la elaboración del índice los gestores del índice de citación han considerado la comunicación en un sentido amplio. En este catálogo se parte de la concepción de la comunicación como proceso, en un sentido lato y no sólo como ecosistema de medios alimentados por la publicidad y generadores de opinión pública. Las revistas presentan una orientación multidisciplinaria y transdisciplinaria en algunos casos, como se verá más adelante.

Se observa una tendencia clara dentro de este *ranking* a los trabajos de investigación de cariz cuantitativo y una preeminencia de los llamados paradigmas funcionalistas frente a una minoría de estudios de carácter crítico. Podríamos citar como revistas sobre estudios críticos el *European Journal of Communication*, el *Critical Studies in Media Communication*, *Javnost-Public*, *Media Culture and Society* o *Public Culture*.

Si nos centramos en el factor de impacto aquellas revistas que tratan sobre terrenos colindantes con las ciencias de la salud, con más tradición de publicación en revistas con control de impacto, ocupan un lugar privilegiado (nº 1 *International Journal of Language and Communication Disorders*, nº 3 *Journal of Health Communication*, 5º *Health Communication*). Esto resulta fácilmente explicable, puesto que la tradición de publicación de impacto en estas áreas está más asentada que en la nuestra y los criterios de la clasifica-

ción, como hemos dicho, privilegian el reconocimiento por parte de otros de la valía, es decir, las citas de otros.

Existen 5 grandes editoriales, lideradas por Sage Publication: Taylor and Francis Group (Routledge) Elsevier, Lawrence Erlbaum y Blackwell Publishing. Entre las editoriales vinculadas a Universidades destacan Oxford University Press. Todos estos editores cuentan con portales de Internet que las integran a todas, las hacen accesibles a los investigadores y profesionales y les permite alcanzar la escala global que siempre ha pretendido estos grandes grupos de edición y distribución. Por otra parte, dos grandes asociaciones la National Communication Association y la International Communication Association inspiran la publicación de 7 de estas revistas.

**Tabla 1:** Áreas temáticas de las revistas del *Journal Citation Reports* sobre Comunicación.

Sub-temática	Títulos de revistas	Nº
Tradicional: periodismo y Com. Audiovisual	Journal Comm. Com. Research.; Communication Theor.; New Media Society; Comm. Monogr.; J. Appl. Comm. Res.; Journal. Mass Com.; J. Broad. Electron. Med.; Journalism Mass. Comm; European J. Comm; Media Culture & Society; Javnost-Public	11
Lenguaje, análisis de discurso y texto	Res. Lang. Soc. Interac.; Discourse Soc.; Writ. Comm.; J.Soc Personal Relation; Discourse Stud.; Narrat. Inq.; Lenguaje Com.; Q.J Speech; TEXT; Text Talk.	10
Salud y Psicología	Int. J. Lang. Comm. Disorders; J.Health Communication; Health Comm.; Media Psychol; Cyberpsychol. Behaviour; Human Com. Research	6
Comunicación Científica y Edición	Public Understanding Science; Science Communication; Learn Publication; Technical Comm.	4
Economía y Regulación	Media Policy; J. Media Economics; J. Bus. Tech. Comm.; Internat. J. Conflict Management	4
Opinión Pública y Com. Política	Public Opin. Quart.; Polit. Comm; Intern. J. Public Opin. Reseach; Harvard Int. J. Press/Politics.	4
Publicidad y Relaciones Publicas	Journal of Adverting; J.Advertising Research; Public Relations Rev.	4
Estudios Culturales	Public Culture; Critical Studies in Media Comm.	2

Fuente: Elaboración propia.

Hemos decidido ordenar la gran diversidad existente dentro de la categoría revistas de comunicación para ofrecer una categorización de los diferentes *Journals* y establecer su peso como grupo en el total. Somos conscientes de que esta división resulta en gran medida arbitraria, tanto en la creación de sub-temáticas, como, en algunos casos, en la adscripción de una revista a un área u otra pero considerábamos que podría ofrecer una visión de conjunto dentro de la diversidad.

En esta sección se expondrán las principales aportaciones de las revista en orden de factor de impacto, que hace referencia al número medio de veces que los artículos publicados en los últimos dos años han sido citados en otras revistas del *Journal Citation Reports*, independientemente el área de conocimiento en el que aparezcan. Resultaría interesante en un futuro –dado que existen publicaciones con ventaja en el área de las Ciencias de la Salud que, como hemos señalado, reciben citas de publicaciones con gran audiencia, prestigio y tradición– que se estableciese una nueva categoría que clasificase el factor de impacto de las revistas de la misma categoría, en este caso Comunicación. Esto nos daría pistas sobre el nivel de influencia de las publicaciones *inter pares*.

La base del prestigio y de la clasificación descansa en el número de citas de los trabajos que ven la luz en una determinada publicación dentro del índice y en el prestigio de los autores y la publicación citantes. Este sistema, ya tradicional en las revistas de ciencias experimentales, se ha trasladado a las lógicas que gobiernan el prestigio de los contenidos en la World Wide Web. Los buscadores de Internet, como herramientas de catalogación y de ordenación del caos, han aplicado a los contenidos de la web estos criterios inaugurados hace años en el mundo analógico de las revistas científicas, lo que es prueba de su validez como sistema general, aunque existan matices y mejoras constantes que deban introducirse.

En el comentario de las revistas hacemos referencia primero a la clasificación de la revista según el índice de impacto, al título y entre paréntesis a la institución que la patrocina, en el caso de Asociaciones o centros de investigación, la editorial que la saca a la luz y el país donde se edita. Antes de comentar el último número de cada revista se realiza una breve reseña de su línea editorial.

## **2. Revistas incluidas en el *Journal Citation Report*: Índice de Impacto, línea editorial y último número**

### **1. *International Journal of Language and Communication Disorders* (Taylor and Francis. Reino Unido).**

Aborda aspectos relacionados con desórdenes y terapias relacionadas con el lenguaje y la comunicación, aspectos estos que la emparentan, en una orientación transdisciplinaria, con las ciencias de la salud, las humanidades y la comunicación.

#### **Volume 42 (5)**

Aparecen en este número artículos sobre los problemas de lenguaje y comunicación de delinquentes juveniles. También se incluye un trabajo sobre la exploración del lenguaje o las destrezas lingüísticas entre los nuevos hablantes de italiano.

### **2. *Public Opinion Quarterly* (Editada por la American Association for Public Opinion Research. Oxford University Press. Reino Unido).**

Abierta a todos los campos de las ciencias sociales, con interés por trabajos de cariz teórico y metodológico en el sondeo de los movimientos de lo que se ha dado en llamar Opinión Pública.

#### **Volume 71 (3) 2007**

Publica artículos sobre los gastos en encuestas de los últimos 5 presidentes norteamericanos y sobre los métodos de medición de las pulsiones de la opinión pública respecto a la guerra del Vietnam en el mandato de Johnson. Otro trabajo estudia la tendencia de los estadounidenses a minusvalorar el porcentaje de población blanca en el país y sobrevalorar el de otras razas. Recoge una reseña de investigación con un Meta-análisis sobre la influencia de las cartas previas en las encuestas telefónicas.

### **3. *Journal of Health Communication* (Taylor & Francis Inc. EE.UU.).**

Aborda aspectos relacionados con la educación para la salud, el *marketing* social, cuestiones éticas y políticas y el uso de la comunicación para la salud en la búsqueda del bienestar físico y mental de individuos y comunidades.

#### **Volume 12 (4) 2007**

Aparecen en este fascículo trabajos sobre las preferencias de lectura en torno a la comunicación para la salud entre adultos, una campaña de *marketing* social en la prevención de SIDA en Canadá, las formas en que los diarios

y las televisiones abordan el tema de la obesidad en EE.UU. y la simulación de una campaña televisiva para la prevención del tabaquismo entre los adolescentes.

4. *Human Communication Research* (International Communication Association. Blackwell Publishing. Reino Unido).

Presenta trabajos empíricos sobre lenguaje, interacción social, comunicación no verbal, la comunicación en las organizaciones, comunicación intercultural o comunicación para la salud, entre otros temas.

**Volume 33 (4) 2007**

Publica artículos sobre la conceptualización de los estímulos de los medios para estudiar las cuestiones que impiden la correcta decodificación de los mensajes, el papel de la voz en los juegos on-line o la influencia de los juegos de grupo competitivos y cooperativos el estado de hostilidad. Además, saca a la luz un trabajo sobre la percepción efectiva de los mensajes y la influencia de la distancia social sobre las respuestas individuales a los mensajes persuasivos. También aborda este número los efectos del lenguaje de género sobre el estereotipo de género en la comunicación mediada por ordenador.

5. *Health Communication* (Lawrence Erlbaum Associated Inc. EE.UU.).

Publicación que relaciona las ciencias médicas, las ciencias sociales y la comunicación en particular. Persigue mejorar la comunicación entre médico y paciente y entre las instituciones y el público en general. El *Journal* ofrece principalmente investigación basada en datos pero también acoge trabajos pedagógicos, metodológicos, teóricos y artículos aplicados. Algunos de los temas tratados tienen que ver con la interacción entre personal sanitario y pacientes, campañas de promoción de la salud, relaciones públicas aplicadas a la salud o cuestiones sobre gerontología.

**Volume 22 (2) 2007**

Este volumen contiene artículos sobre la teoría y práctica de los mensajes en las campañas anti-tabaco, un estudio etnográfico sobre los enfermos que reciben tratamientos de diálisis, otro sobre la comunicación entre médico y paciente en los casos de Síndrome de Down y, un cuarto, sobre el tratamiento de la donación de órganos en programas de entretemiento. Además ofrece un trabajo sobre la búsqueda de información por parte de los pacientes en los casos de cáncer.

6. *Journal of Communication* (Editado por la International Communication Association. Blackwell Publishing. EE.UU.).

Se centra en la investigación, la práctica, las políticas y las teorías de la comunicación.

**Volumen 57 (3)**

Abre con un estudio de las redes de telefonía a escala internacional, al que le sigue el trabajo sobre los dilemas de comunicación en una comunidad virtual y un artículo sobre la espiral del silencio y el miedo al aislamiento aplicado a las elecciones al Congreso de 2002 y con la amenaza de invasión de Irak como contexto. La efectividad del product placement en las películas, un trabajo que examina si la exposición a la televisión cultiva actitudes tradicionales de género y rol y los efectos del avance tecnológico y el contenido violento de los video juegos, también aparecen recogidos en este número. Se completa con una investigación sobre cómo aquellos individuos auto-identificados como Árabes y que viven en los Estados Unidos expresan sus identidades colectivas en la conversación y un examen de la teoría de la equidad en amistades multidimensionales, el caso de EE.UU y Corea.

7. *Media Psychology* (Lawrence Erlbaum Associated Inc. EE.UU.).

Publica principalmente trabajos teóricos y empíricos, desde una orientación interdisciplinaria, sobre cuestiones como los usos, procesos y efectos de los medios. También acoge artículos que presentan el estado de la cuestión y meta análisis que ofrecen síntesis sobre un tema determinado.

**Volume 10 (2) 2007**

Saca a la luz dos trabajos con perspectiva de género sobre la comunicación mediada por ordenador y la televisión, uno sobre el desarrollo de modelos mentales agresivos en los adolescentes y otro que recoge una investigación sobre la percepción de los adolescentes en la comunicación mediante mensajes instantáneos a través de Internet.

8. *Political Communication* (Bajo el auspicio de la Political Communications Divisions of APSA and the ICA. Tailor & Francis. Reino Unido).

Publicación interdisciplinaria que estudia la intersección entre comunicación y política desde un punto de vista amplio. Es un aspecto de la vida social, el abordado por esta publicación, sometido a amplios cambios y a las presiones de la política.

**Volumen 24 (3) 2007**

Esta revista dedica este número monográfico a la figura del profesor e investigador Tim Cook, autor, revisor de artículos y miembro del consejo editorial de este *Journal*. La publicación destaca entre sus principales libros *Making Laws and Making News: Media Strategies in the House of Representatives* (Brookings, 1987). Ha sido coautor de *Crosstalk: Citizens, Candidates and the Media in a Presidential Campaign* (University of Chicago Press, 1996), y de *Governing With the News: The News Media as a Political Institution* (University of Chicago Press, 1998 and 2005). El monográfico ofrece artículos sobre la obra del autor y sus valores humanos.

9. *Cyberpsychology & Behavior* (Mary Ann Liebert, Inc Publishers. EE.UU.).

Explora, según sus editores, el impacto de Internet, el multimedia y la realidad virtual en el comportamiento individual y en la sociedad. La mayoría de los artículos que aparecen se llevan a cabo desde la psicología y la psiquiatría, pero también desde la sociología, la informática y cualquier disciplina interesada en los efectos de las tecnologías interactivas.

**Volumen 10 (4)**

La neurobiología de la realidad virtual, el tema de la identidad en *War of Warcraft*, un estudio sobre la piratería digital o el suicidio en un entorno online son algunas de las investigaciones expuestas en este número. Otro de los trabajos presenta un análisis del grado de inmersión de los individuos participantes en una experiencia virtual con formato de pantalla panorámico. También aparece un estudio sobre las diferencias psicométricas en el cumplimiento de cuestionarios en Internet y del modo tradicional, junto con un estudio sobre los juegos de rol de múltiples participantes a través de la red, entre otros.

10. *Communication Research* (Sage Publications. EE.UU.).

Publica trabajos que exploran los antecedentes y las consecuencias de la comunicación y de los sistemas sociales: Los medios de masas, los medios interpersonales, la comunicación para la salud, la comunicación política, intercultural y organizacional, entre otros aspectos, son temas de interés para esta revista. Acoge, por lo tanto, trabajos teóricos y empíricos, desde una perspectiva multidisciplinar que permitan un mayor conocimiento de los procesos y fenómenos de la comunicación.

**Volume 34 (5)**

Saca a la luz investigaciones sobre el proceso de enseñanza de toma de decisiones por parte de los adolescentes respecto al tabaco, o cómo gestionan los grupos la información perdida en el proceso de toma de decisiones. Aparecen también artículos sobre las expectativas en las relaciones humanas de los jóvenes y sobre las opiniones y normas en el proceso de comunicación.

11. *Communication Theory* (International Communication Association. Blackwell Publishing. EE.UU.).

Recoge trabajos sobre teoría de la comunicación desde cualquier disciplina: estudios de comunicación, sociología, psicología, ciencia política, estudios culturales y de género, filosofía, lingüística y literatura.

**Volume 17 (3)**

El primero de los artículos es un ensayo que analiza dentro de la película *Lola, corre Lola* la naturaleza y la función de la orientación del agente, el segundo, una forma inexplorada de la comunicación perversa: el proceso de comunicación de incitación al delito usado por los depredadores sexuales de niños; el tercero de los artículos presenta un modelo de procesamiento de información en pequeños grupos de dos pasos, en el cual el proceso de comunicación influye sobre la cantidad y la calidad de información mencionada durante la discusión. El cuarto, mantiene que los resultados de comportamiento del uso de los medios pueden influir en la selección y atención al contenido de los medios y el último propone que la comunicación y la salud en espacios culturales pueda ser categorizada en dos aproximaciones amplias: una centrada en la cultura y la otra en la sensibilidad cultural.

12. *Research on Language and Social Interaction* (Lawrence Erlbaum Editors. EE.UU.).

Presenta trabajos de investigación que indaguen sobre cómo se produce la interacción social. Está dirigido a investigadores de la comunicación y a todos aquellos que trabajen en áreas como el análisis de discurso.

**Volume 40 (2-3)**

La expresión de la identidad palestina a través de narrativas de la experiencia personal, la entonación en los dibujos animados producidos en Nueva Zelanda, la materialización de la personalidad en el diseño web, o las narrativas en el sentido del humor de las mujeres bilingües son algunos de los temas abordados en los números 2 y 3 de este *Journal*.

13. *Journal of Social and Personal Relationships* (Auspiciada por la International Association for Relationship Research. Sage Publications. EE.UU.).

Esta revista publica trabajos empíricos y teóricos sobre relaciones sociales y personales, tal y como reza el título. Presenta una orientación multidisciplinar con especial hincapié en disciplinas como la psicología social, general, clínica y del desarrollo, aunque también aparecen trabajos realizados desde la comunicación y la sociología, entre otros enfoques.

**Volume 24 (4)**

Dedica este número especial a la personalidad y los procesos de relaciones personales. En él se incluyen artículos sobre los estadios dentro de las relaciones románticas y de pareja. Son todos trabajos llevado a cabo desde la Psicología.

14. *New Media and Society* (Sage Publications. Reino Unido).

Desde una perspectiva crítica esta revista acoge trabajos que analicen los aspectos clave del rápido y global desarrollo de los nuevos medios, con orientación multidisciplinaria y mediante aportaciones empíricas y teóricas. Los editores de este *Journal* muestran interés por la dimensión global y local entre los nuevos medios y el cambio social, sus dimensiones culturales y políticas y temas históricos, así como los obstáculos para el desarrollo de los mismos. Destaca esta revista, frente a otras contenidas en este catálogo, porque privilegia el enfoque desde las Ciencias de la Comunicación frente a otras disciplinas que, sin embargo, también encuentran acogida. En este *Journal* aparecen principalmente trabajos de investigadores europeos.

**Volume 9 (4)**

Saca a la luz artículos sobre el comportamiento de las mujeres en los juegos en Internet, el uso de las tecnologías de los post adolescentes noruegos, los jóvenes frente a la exclusión del mundo digital, la individualización en el uso de los journals on-line y una investigación, desde la perspectiva de género, de la web [suicidegirls.com](http://suicidegirls.com). También divulga trabajos sobre cómo se utilizan los canales interactivos en los diferentes géneros televisivos ofrecidos por los operadores holandeses y un estudio de Sonia Livingstone sobre la inclusión y exclusión digital y los jóvenes y los adolescentes.

15. *Public Understanding of Science* (Sage Publications. Reino Unido).

Revista dedicada al estudio de la comunciación de la ciencia en general y de la la tecnología y la medicina en particular. Acoge trabajos empíricos y

encuestas sobre la interacción entre el público y la ciencia, las percepciones de la ciencia y su representación popular, la ciencia y los medios y los servicios de información científica para el público, entre otros. Esta revista figura en dos catálogos: revistas de Comunicación e Historia y Filosofía de la Ciencia, en la que ocupa el tercer puesto del *ranking*.

#### **Volume 16 (4)**

Los riesgos medioambientales para la salud en los productos de consumo, un estudio sobre la definición por parte de los estudiantes de la metáfora sobre el equilibrio natural y una investigación sobre la representación del científico en seis películas de Hollywood de la primera mitad de los años sesenta, son algunos de los artículos que ven la luz en el último número de este *Journal*. También acoge trabajos sobre la reacción pública a los alimentos alterados genéticamente.

16. *Communication Monographs* (Editada por la National Communication Association. Taylor & Francis. Reino Unido).

Trabajos teóricos sobre el intercambio simbólico humano en un sentido lato: interpersonal, grupal u organizacional en contextos culturales y medios. Por lo tanto, abierta a un amplio abanico de metodologías y temas.

#### **Volume 74 (3) 2007**

Dominan este número tres artículos de base teórica dedicados al estudio de la comunicación a través de dispositivos móviles, a los que les acompañan cuestiones conceptuales relacionadas con el estudio de los llamados nuevos medios. Destacan también los trabajos de Harmeet Sawhney, que aboga por aumentar el campo conceptual en relación con los nuevos medios, y el de Michele H. Jackson sobre los conceptos de movilidad y comunicación.

17. *Public Culture* (Duke University Press. EE.UU.).

Revista sobre estudios culturales, lo que la define como interdisciplinaria con un amplio abanico de temas de interés, entre los que destacan la cultura popular, el consumo y las redes de información.

#### **Volume 19 (2) 2007**

Recoge trabajos sobre la Geopolítica de la teología del Vaticano, la traducción en tiempos de guerra o cuestiones de autenticidad. También tienen cabida en este número las políticas de traducción, el nuevo “narco capitalismo”, la preponderancia de las predicciones de consultores en el caso de la liberalización del mercado de gas natural, terror, territorio y Guantánamo y el espacio de contradicción.

18. *Science Communication: An interdisciplinary Social Science Journal*. (Sage Publications. EE.UU.).

Science Communications, según sus editores, es una revista que realiza un acercamiento interdisciplinar con varios temas principales de interés: la comunicación dentro de las comunidades investigadoras y la comunicación de la ciencia al gran público. También son de interés para esta revista las políticas de ciencia y tecnología y la historia de la Comunicación, en concreto, la comunicación de la ciencia a través de la televisión en los primeros años de este medio de masas y las políticas de difusión de la ciencia al gran público a través de los medios.

**Volume 29 (1) 2007**

Este número recoge artículos sobre la política de comunicación en el desastre del *Prestige* y sobre la llamada teoría de la cuarta onda en la transferencia de conocimiento. Llama la atención un trabajo dedicado a estudiar cómo el cine de Ciencia Ficción podría inspirar algunas de las metas de la nanotecnología actual e incluso parte de su vocabulario.

19. *Technical Communication* (Society Technical for Communication. EE.UU.).

Publicado por la Sociedad para la Comunicación Técnica, este *Journal* recoge artículos sobre la aplicación técnica de la comunicación, con una clara orientación hacia la industria. En esta publicación adquieren especial relevancia las reseñas de libros sobre el tema.

**Volume 52 (3) 2007**

Incluye trabajos sobre la escritura y la edición técnica y aborda su evolución a lo largo de los años, otro sobre la escritura colaborativa, o un estudio sobre el nivel de comprensión del llamado “*plain english*”, modalidad sencilla de la lengua inglesa para extranjeros en el caso de Holanda. Ofrece también un artículo que indaga en las mejoras técnicas para la redacción de manuales de funcionamiento de móviles destinados a personas mayores, haciendo hincapié en la usabilidad de los dispositivos y las técnicas de motivación hacia los futuros usuarios.

20. *Journal of Applied Communication Research* (National Communication Association. Taylor & Francis. Reino Unido).

Publica investigaciones que establezcan un puente entre las teorías de la comunicación y su práctica. Está abierta a aportaciones de comunicación aplicada desde cualquier disciplina y acercamiento metodológico.

**Volume 35 (4) 2007**

Dentro de su orientación de investigación aplicada la revista ofrece en su último número un estudio sobre cómo los empleados de *American Airlines* responden a la crisis del 11 de septiembre, otro sobre las experiencias de un programa internacional de prevención del consumo de drogas entre los jóvenes o un trabajo acerca de las estrategias de comunicación en torno al Tsunami de 2004 que afectó a las islas Mauricio.

**21. *Discourse and Society* (Sage Publication. Reino Unido).**

Explora la relevancia del análisis del discurso en el entorno de las Ciencias Sociales. Ofrece una visión crítica que presta especial atención a las implicaciones políticas del discurso y la comunicación. Su editor es Teun A Van Dijk, de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. Aparece en tres índices diferentes ISI: Comunicación, Psicología multidisciplinar y Sociología.

**Volume 18 (5) 2007**

Abre el número de septiembre de 2007 un análisis del discurso militar sobre derechos humanos en Paraguay entre 1976 y 2004 y le acompañan, entre otros, un artículo que analiza el discurso sobre la estrategia de guerra preventiva o un estudio sobre los elementos semióticos de discursos del Alto Representante en torno a la Europeización de Bosnia-Herzegovina. Ocupan una parte importante de este número las reseñas bibliográficas sobre libros relacionados con la temática de la revista.

**22. *Telecommunication Policy* (Elsevier. Reino Unido).**

Estudia el constante cambio de roles de las telecomunicaciones en la economía y en la sociedad y se erige en un foro de investigación y debate entre académicos, legisladores, reguladores y representantes del mundo empresarial. Tiene una orientación multidisciplinaria que acoge tanto trabajos teóricos como prácticos. Se interesa por temas como las reformas nacionales e internacionales en países desarrollados y en vías de desarrollo. Presta especial atención a las implicaciones de la convergencia en el conocimiento para el desarrollo de infraestructuras y en las formas de gestión y regulación de las telecomunicaciones.

**Volume 31 (8-9)**

El último número ofrece un trabajo sobre los efectos de la fusión entre Telefónica y Bellsouth para la explotación del mercado del móvil en Argentina, una retrospectiva de los últimos diez años tras la privatización de las telecomunicaciones de Suráfrica, la competencia del mercado de telefonía

móvil en Turkía y otra investigación sobre la competencia global en la telefonía a través de Internet.

23. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* (Bajo el patrocinio de la Broadcasting Education Association. Lawreca Erlbaum. EE.UU.).

La revista contiene artículos sobre nuevos desarrollos, tendencias e investigación sobre los medios electrónicos. Entre los temas de interés de la publicación se encuentran trabajos sobre la historia, la regulación, la economía y las dimensiones culturales y sociales de los medios electrónicos. El *Journal* está abierto a una gran diversidad de paradigmas y metodologías.

### **Volume 51 (3) 2007**

Abre este número un artículo de Helen Brinson sobre un nuevo género televisivo el Table Talk, y aparecen en él tres artículos sobre historia: el primero, sobre el papel de la Westinghouse en la creación del sistema de Networks en la radiodifusión norteamericana; el segundo, sobre la primera temporada de Fútbol americano retransmitida en 1956 por la CBS y el tercero sobre los informativos de televisión en los años 40, antes de la aparición de los presentadores estrella.

24. *Journalism and Mass Communication Quarterly* (Association for Education in Journalism and Mass Communication. EE.UU.).

Revista fundada en 1924 y editada por la Association for Education in Journalism and Mass Communication que aborda temas sobre medios de comunicación electrónicos, Internet, la publicidad y las relaciones públicas y la profesión periodística. Es una de las pocas revistas que conserva la exclusividad disciplinaria y las temáticas específicas.

### **Volume 82 (2)**

Inusitada la extensión de cada uno de los números de esta revista: 22 artículos en este número, por lo que nos permitimos destacar sólo algunos. La diversidad de canales hertzianos en EE.UU, dos trabajos sobre información y raza, la producción de estereotipos en la información, los efectos de las noticias locales, nacionales y en Internet en las inferencias de la opinión pública, las relaciones entre uso de los medios, la estructura social y la creencia en la teoría conspiratoria del 11 de septiembre. También aparecen en este número un trabajo histórico que juzga el activismo de los consumidores y las relaciones públicas corporativas durante los años 30. Recoge también artículos sobre el Baseball, medios y fans, una teoría cristiana de la comunicación, la guerra

por la música digital, la cultura y la historia de la radio pública en EE.UU, la investigación de audiencias a escala internacional y las mujeres y la prensa.

25. *Journal of Advertising* (American Academy of Advertisement. M.E. Sharpe Inc. EE.UU.).

Esta publicación se dedica al estudio de la teoría de la publicidad y su relación con la práctica. Su principal finalidad es la creación de un foro público en el que las ideas sobre publicidad puedan ser expresadas. Entre los temas abordados destacan la efectividad de la publicidad, la ética y cuestiones globales sobre el tema. Interesan también los trabajos sobre las vertientes económicas, sociales y las políticas de la publicidad.

### **Volume 36 (3)**

En este fascículo destacan un trabajo cuantitativo sobre la efectividad de la publicidad en revistas, una investigación histórica que analiza la historia de la publicidad impresa en la que aparecen animales y un estudio que indaga en la efectividad de la publicidad que se emite simultáneamente a la programación televisiva, junto con un artículo sobre la efectividad de la publicidad de la marca. Aparecen también 4 trabajos sobre diferentes aspectos de la llamada publicidad directa al consumidor.

26. *Written Communication* (Sage Publications. EE.UU.).

Esencialmente esta revista se centra en el estudio de la escritura en todas sus formas simbólicas y cuenta con una orientación interdisciplinar que intentan responder a preguntas como qué es la escritura y qué papel tiene como herramienta de comunicación. Publica, por lo tanto, nuevos trabajos teóricos y fruto de la investigación sobre nuevas formas de entender cómo se practica la escritura en la escuela, en los lugares de trabajo y en las comunidades.

### **Volume 24 (4)**

Las estrategias de trabajo que utilizan siete editores, el proceso creativo de la escritura y un trabajo que analiza las reflexiones de los estudiantes en el proceso de revisión on-line son los temas de los artículos publicados en el último número.

27. *Harvard International Journal of Press/Politics* (Publicado por el Joan Shorenstein Center on Press, Politics and Public Policy. Sage Publications. EE.UU.)

Analiza las interacciones entre la prensa, la política y el legislador. Cubre un amplio espectro de disciplinas entre las que se incluyen la comunicación política, el periodismo, las políticas públicas, las noticias internacionales, la raza, el género y la prensa y las campañas electorales. Aparece en las clasificaciones de Comunicación y Ciencia Política.

**Volume 12 (4) 2007**

Aparecen publicados en este número un trabajo sobre los medios norteamericanos y la opinión pública en la crisis de Bosnia y una investigación sobre cómo los medios norteamericanos cubren las noticias sobre la Administración de Bush. Salen a la luz también dos trabajos sobre los medios y las elecciones en Alemania. El primero sobre la historia de los debates televisivos en las elecciones a la Cancillería alemana y el segundo, con una perspectiva de género, analiza las últimas elecciones al parlamento alemán. Publica esta revista también sendos estudios sobre las llamadas viñetas Muhammad.

28. *International Journal of Public Opinion Research* (Oxford Journals. Reino Unido).

Es un *Journal* multidisciplinario y con vocación comparativa sobre Opinión Pública editado desde el Reino Unido, con marcada vocación europea y global. Además de trabajos de investigación sobre la materia recoge notas de investigación y encuestas sobre cuestiones recientes.

**Volume 19 (3) 2007**

Abren este número una investigación sobre el papel de la comunicación en los procesos de la opinión pública y otro trabajo sobre las creencias en torno a los genes y el medio ambiente como determinantes de las características de la conducta. Cierra el número un artículo que estudia los efectos del control sobre los medios en Singapur.

29. *Journal of Advertising Research* (Cambridge University Press. Reino Unido).

En sus más de 40 años de existencia ha promovido la investigación, la actualización y la información práctica y la investigación sobre los medios de comunicación como vehículos de la actividad publicitaria. La revista se declara abierta a la exploración de nuevos y significativos descubrimientos, incluso aquellos que ponen en cuestión el pensamiento actual.

**Volume 47 (2) 2007**

Este número monográfico está dedicado al *marketing* y la publicidad online. Comienza con un artículo de David Edelman, jefe de estrategia de Digitas, sobre el *marketing* y las agencias en la época de Internet, y le siguen trabajos sobre nuevos modelos publicitarios, el futuro de la investigación de mercados y cómo funciona la publicidad a través del móvil, entre otros.

30. *Critical Studies in Media Communication* (Editada por la National Communication Association Taylor & Francis Ltd. EE.UU.).

Desde la perspectivas de los estudios culturales esta revista ofrece una visión crítica de los medios a los investigadores en comunicación. Fiel a su adscripción a los estudios culturales la revista toma un enfoque transdisciplinario con la intención de enriquecer los debates entre varias disciplinas y tradiciones críticas, metodológicas, analíticas y teóricas. Incluye trabajos sobre historia, economía política, filosofía crítica, teorías de género y raza, teoría feminista y los diferentes medios de comunicación. Los textos son analíticos e interpretativos, no descriptivos.

**Volume 24 (3) 2007**

Encabeza este número un trabajo sobre el mito y la memoria colectiva en el caso del músico de blues Robert Johnson y le sigue un análisis de la construcción de la mitología deportiva. Cierra el número un trabajo de investigación sobre el tratamiento informativo de los *NASCAR dads*, los hombres blancos de clase media baja y que resultaban claves en las elecciones de 2004 para los demócratas.

31. *Discourse Studies* (Sage Publication. Reino Unido).

Revista que estudia el texto y el habla. Publica trabajos sobre las estructuras y estrategias del discurso hablado y escrito con especial atención a los trabajos interdisciplinares sobre texto y habla en lingüística, antropología, etnometodología, psicología social, comunicación y derecho.

**Volume 9 (4) 2007**

Este número contiene un monográfico sobre las autorreferencias y las referencias a los otros en la conversación. Destaca un trabajo sobre los gestos autorreferenciales en la conversación y los usos de la tercera persona en las autorreferencias. Aparece dentro del monográfico una investigación sobre las referencias en el idioma coreano en el que no se hace uso de ellas explícitamente porque se entiende del contexto de interacción.

32. *Learned Publishing* (Association of Learned and Professional Society Publishers and Society for Scholar Publishing. Reino Unido).

Revista que trata sobre las publicaciones científicas. Recoge temas de interés para editores, bibliotecarios, profesionales del mundo editorial y científicos con las principales iniciativas y desarrollos en relación con esta industria.

**Volume 20 (4) 2007**

Un focus group que intenta entender a los investigadores, otro trabajo sobre plagios y derechos de autor, el futuro de la industria editorial, y un estudio del caso sobre el lanzamiento de una revista on-line, aparecen en este número.

33. *Journal of Business and Technical Communication* (Sage Publications. EE.UU.).

Aborda las comunicaciones orales, escritas y electrónicas en todas sus áreas de negocio, ciencia y gobierno: gestión de comunicación, escritura colaborativa, ética y negocios de la comunicación, diferencias de género en la creación literaria, diseño gráfico, comunicación internacional y etnografía y cultura corporativa, son temas que ven la luz en este *Journal*. Aparece en los *rankings* de Thompson Scientific en Negocios y Comunicación.

**Volume 21 (4) 2007**

Acoge una exploración pedagógica del pensamiento visual, las necesidades de la comunicación de empresa desde una perspectiva multicultural y un estudio sobre la contribución que la llamada retórica visual y los estudios retóricos de género pueden hacer en la comunicación para la salud.

34. *Narrative Inquiry: The forum for theoretical, empirical and methodological work on narrative* (John Benjamin Publishing Co. Holanda)

Es la continuidad del *Journal of Narrative and Life History*. Recoge una gran variedad de acercamientos y metodologías en el estudio de la narrativa con la finalidad de preservar la memoria, la tradición y los valores para las futuras generaciones. Esta revista analiza las narrativas en la interacción humana desde la psicología, la lingüística, la antropología, la sociología y la comunicación.

**Volume 16 (2) 2006**

Saca a la luz artículos sobre las narrativas de las historias del pasado, la identidad narrativa y diferencia de género, las relaciones entre la primeras capacidades narrativas y las posteriores en los niños y su relación con las habilidades de lecturas en el caso del Chino Mandarín y consistencia y cambio en las narrativas de los prisioneros de los campos de exterminio Nazi.

Finaliza con un trabajo sobre la producción de narrativas culturalmente apropiadas en el caso de los estudiantes coreanos de inglés.

35. *European Journal of Communication* (Sage Publications. Reino Unido).

Revista interdisciplinaria que ofrece trabajos empíricos y conceptuales. El *Journal* refleja su carácter internacional, dirigido a una audiencia global y promueve el intercambio entre académicos europeos que provienen de diferentes tradiciones intelectuales. Acoge trabajos de académicos consagrados pero también de jóvenes investigadores y profesionales de los medios.

**Volume 22 (3) 2007**

El número abre con un trabajo sobre los significados rituales en la versión holandesa del concurso *Idols* y continúa con un artículo sobre la integración de minorías y el tratamiento de la inmigración por parte de los periódicos holandeses. Continúa con una investigación sobre la adicción a los videojuegos y cierra el número con un trabajo sobre *Soap Operas*, en el que se busca la relación entre su consumo por parte de adolescentes y sus aspiraciones futuras.

36. *Media, Culture and Society* (Sage Publications. EE.UU.).

Presenta al público discusiones críticas relacionadas con los medios, incluyendo las nuevas tecnologías de la comunicación y la información dentro de sus contextos políticos, económicos, culturales e históricos. Aparece en los índices de Comunicación y el de Sociología.

**Volume 29 (5) 2007**

El estudio del caso en la pugna por la concesión de una licencia de radio en Noruega, la autorregulación de Internet en China, las políticas de Internet en Latinoamérica en torno a la comunidad lesbiana, la memoria vernácula y la construcción de webs sobre el tema, junto a una nueva mirada al imperalismo cultural estadounidense desde la emergencia de la cultura propia en Corea, son los temas de investigación abordados en este número.

37. *Language and Communication* (Pergamon-Elsevier Science Ltd. Reino Unido).

Recoge trabajos que estudien tanto la comunicación verbal como la no verbal. Se dedica al estudio del lenguaje y sus funciones comunicativas desde disciplinas como la antropología, las artes, la inteligencia artificial, la educación, la etología, la lingüística, la fisiología y la filosofía, entre otras. Dado su

interés por las diferentes formas en las que el lenguaje se integra con otras formas de actividad de comunicación y conductas de interacción, esta revista explora según sus editores, vías para el desarrollo de una ciencia de la comunicación que no esté restringida por las actuales características de cada disciplina.

#### **Volumen 24 (7) 2007**

Abre el número, tras un editorial sobre la publicación de información, un trabajo que pone en cuestión la posibilidad de un análisis crítico del discurso. Hay que destacar también una investigación sobre el platonismo lingüístico desde la perspectiva de George Berkeley y la pragmática clínica.

38. *Quarterly Journal of Speech* (Editado por la National Communication Association. Taylor and Francis Group. EE.UU.).

La más veterana de las revistas del índice es humanística en su orientación y acoge investigaciones que permitan entender mejor los procesos de la comunicación humana, particularmente en sus dimensiones retóricas y culturales. Estudia los discursos orales y escritos, públicos y privados, directos y mediados, históricos y contemporáneos.

#### **Volume 93 (4) 2007**

La retórica de Virginia y Francis Minor, Imaginaría y tecnología en Estados Unidos a principios del siglo xx, el discurso de Obama en la convención Demócrata de 2004 y la retórica en los Diarios de Charles Gordon de 1884, son los temas abordados en este número.

39. *Public Relations Review* (Elsevier Science. EE.UU.).

*Journal* con un claro y delimitado objeto de investigación: las relaciones públicas con todas sus implicaciones para el mundo de la empresa.

#### **Volume 33 (3) 2007**

En este número monográfico sobre las grandes teorías y su relación con las relaciones públicas se recogen artículos sobre las raíces teóricas de las relaciones públicas y sus perspectivas futuras, Jürgen Habermas y las relaciones públicas y otros trabajo en el mismo sentido sobre Michel Foucault, Bourdieu, Luhmann, Goffman, Weber y Guidens. Se cierra el monográfico con un comentario sobre la aplicación de la sociología a las relaciones públicas. Al margen de la parte monográfica aparecen otros artículos de investigación sobre el papel y el posicionamiento de las relaciones públicas en las grandes organizaciones belgas, un trabajo sobre el profesionalismo en las

relaciones públicas en India. En la sección de reseñas de investigación destaca un artículo sobre la comunicación del riesgo de contaminación química en España y otro sobre cómo los condados informan a los hispanos residentes en EE.UU. en el caso de catástrofes, entre otras contribuciones.

40. *TEXT* (Mouton de Gruyter. Alemania).

Esta revista ha sido sustituida en 2006 por *Text and Talk*, sin embargo, permanecerá un tiempo en el *ranking* (tengamos en cuenta que la edición actual es la de 2006) puesto que los índices de impacto de un artículo no comienzan a contarse hasta dos años después de su publicación. Sin embargo el nuevo título no contará con índice de impacto hasta el segundo año de su publicación. Reseñamos la línea editorial de la publicación en el apartado de *Text and Talk*, situada en el número 44.

41. *Journal of Media Economics* (Lawrence Elbaum Associates. EE.UU.).

El título de esta revista es a la vez un título descriptivo y una declaración de intenciones. Este *Journal* se dedica al estudio de la economía de los medios y temas de políticas de comunicación desde una perspectiva neoclásica. Se centra en las industrias, las empresas y los mercados. Fue fundada en 1988 por Robert G. Picard y su segundo editor ha sido Alan B. Abarran, dos de los máximos exponentes de este paradigma de análisis. A pesar de su marcado carácter en marzo de 1999 dedicó un número al otro paradigma: la economía política de la comunicación.

**Volume 20 (3) 2007**

Este número comienza con un estudio de mercado sobre las relaciones entre el cine norteamericano y el local en 6 países diferentes, continúa con un trabajo sobre el desarrollo de la industria del cable en Taiwan y se cierra con un estudio de la competencia entre televidentes y anunciantes en un mercado de televisión oligopólico.

42. *International Journal of Conflict Management* (Emerald Insight. Reino Unido).

La gestión del conflicto en el mundo empresarial es el tema principal de esta publicación que recoge artículos empíricos pero también revisiones bibliográficas que integren el conocimiento preexistente.

**Volume 18 (2) 2007**

Presenta un monográfico sobre la resolución de conflictos por terceras partes en el lugar de trabajo. Abre con un estudio del caso sobre la resolución de conflictos en una empresa multinacional radicada en Sri Lanka, donde se debe gestionar la crisis con las normas de la empresa adaptadas a los usos culturales del país. Continúa con un trabajo sobre las estrategias que los *managers* llevan a cabo en la solución de conflictos entre subordinados en el caso de Turquía, junto con otro caso de estudio sobre una empresa alemana.

43. *Javnost-The Public* (Institute for Communication y Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Ljubljana. Eslovenia).

Se define como un *Journal* sobre las ciencias de la cultura. Acoge temas relacionados con la esfera pública con una orientación interdisciplinar y vocación internacional. El *Journal* publica trabajos de desarrollo teórico e investigación que ayuden a entender las diferencias entre culturas. Esta revista Eslovena está promovida por el *European Institute for Communication* en asociación con la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Ljubljana. Entre los temas que se abordan destacan la comunicación pública, la opinión pública, el discurso público, la propaganda y la vida pública desde una amplia variedad de disciplinas y perspectivas teóricas.

#### **Volume 14 (2) 2007**

En el último número destacan el trabajo sobre Opinión Pública y su utilidad para el campo académico, el trabajo que Mónica Codina y Jordi Rodríguez-Vigili publican sobre las implicaciones de la publicación en el diario danés *Jyllands-Posten* con 12 viñetas alusivas a la figura de Mahoma y aparece también un seguimiento de la campaña a las elecciones Europeas de 2004 a través de las webs de los partidos.

44. *Text and Talk: An Interdisciplinary Journal of Language, Discourse & Communication Studies* (Genthiner Strasse. Alemania).

Fundada en 1981 con el título de *TEXT*, esta revista de enfoque interdisciplinar se dedica a la difusión de la investigación sobre lenguaje, discurso y estudios de comunicación, centrándose, entre otras cuestiones, en la naturaleza histórica y situacional de la producción del texto y el habla. Recoge temas relacionados con las ciencias de la comunicación, la inteligencia artificial, la comunicación profesional, la retórica, el estilo, las narrativas o la etnografía institucional.

#### **Volume 27 (3) 2007**

En este fascículo se abordan los contenidos elididos de un encuentro informal que nos remiten a otros encuentros anteriores. Tienen cabida también un trabajo sobre las coletillas utilizadas en la comunicación informal y una formulación de las construcciones impersonales en las consultas de Psicoterapia nos introduce en el entorno de la comunicación para la salud. La manipulación semántica y el uso de marcos en el lenguaje en la atención a víctimas de violación y un trabajo sobre las unidades de entonación en la interacción hablada cierran este número.