RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, 81, 554-574
[Investigación] https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-2001 | ISSN 1138-5820 | Año 2023

La investigación en periodismo y COVID-19 en España: impacto académico, aproximaciones metodológicas y desinformación

Journalism and COVID-19 research in Spain: academic impact, methodological approaches and disinformation

Bertran Salvador-Mata
Universitat Pompeu Fabra. España.
bertran.salvador@upf.edu

Sergi Cortiñas-Rovira
Universitat Pompeu Fabra. España.
UPF-BSM School of Management. España.
sergi.cortinas@upf.edu

Víctor Herrero-Solana
Universidad de Granada. España.
victorhs@ugr.es

Cómo referenciar este artículo / Referencia normalizada.

Salvador-Mata, B., Cortiñas-Rovira, S. y Herrero-Solana, V. (2023). La investigación en periodismo y COVID-19 en España: impacto académico, aproximaciones metodológicas y desinformación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 554-574. https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-2001

RESUMEN
Introducción: Se analiza el impacto y el modo en el que la disciplina académica del periodismo investigó sobre el COVID-19 y su repercusión metodológica, temática y de fuentes. **Metodología:** Se obtiene un universo de 124 artículos mediante agrupación algorítmica por *InCites* (micro tópico periodismo, afiliación española y palabra clave COVID-19). Se procede a un análisis bibliométrico, acompañado por un análisis de contenido cualitativo para generar códigos comunes en metodología, temática y uso de fuentes. Se realizan análisis cuantitativos de co-ocurrencia y correlaciones descriptivas entre las tres variables estudiadas y sus citas. **Resultados:** Los artículos sobre COVID-19 recibieron cinco veces más citas que el resto, y la mayoría (86%) se concentran en los primeros artículos. Se emplearon mayormente

Recibido: 09/02/2023. **Aceptado:** 28/03/2023. **Publicado:** 10/05/2023.

metodologías clásicas (49% análisis de contenido, 16% encuestas). La revisión bibliográfica (13 citas/artículo) y las técnicas avanzadas de análisis automático (10,75 citas/artículo) son las que reciben más citas. La temática principal es la desinformación (26%, 11,07 citas/artículo) y la fuente más común la prensa (27%, 6,15 citas/artículo), si bien generan más impacto las redes sociales (22%, 9,12 citas/artículo) y los *fact-checkers* (10%, 8,50 citas/artículo). **Discusión y Conclusiones:** Los artículos que primero se publicaron generaron más citas. Se identificó un uso recurrente de estrategias clásicas (análisis de contenido, prensa) si bien son las aproximaciones ligeramente más novedosas (técnicas avanzadas de análisis automático) las que producen más citas. La desinformación deviene uno de los temas claves. Las metodologías y temáticas poco comunes no reciben prácticamente citaciones.

Palabras clave: Periodismo; COVID-19; Academia; *InCites*; *Citation topic*; Impacto; Investigación en comunicación.

ABSTRACT
Introduction: The aim of this research is to analyze how the COVID-19 was studied by the academic discipline of journalism, regarding its impact, methodology, thematic and source, and their repercussions on cites. **Methodology:** A universe of 124 articles is obtained through algorithmic grouping by InCites (journalism micro topic, Spanish affiliation and COVID-19 keyword). A bibliometric analysis is performed, accompanied by a qualitative content analysis to generate common codes in methodology, themes, and use of sources. Quantitative analysis of co-occurrence and descriptive correlations between the three variables studied and their citations are carried out. **Results:** Articles on COVID-19 received five times more citations than the rest. The majority of cites (86%) are concentrated in the first-published articles. Classic methodologies were mostly used (49% content analysis, 16% surveys). Bibliographic review (13 cites/article) and the advanced automated analysis techniques (10.75 cites/article) are the ones that receive the most citations. The main theme is disinformation (26%, 11,0 cites/article) and the most common source is the press (27%, 6,15 cites/article), although social networks (22%, 9.12 cites/article) and fact-checkers (10%, 8.50 cites/article) generated a greater impact. **Discussion and Conclusions:** The articles that were published during the first months generated the highest volume of citations. In journalism research, a recurrent use of classic strategies (content analysis, press) was found, although the slightly more novel approaches (advanced automated analysis techniques) are the ones that produced the most citations. Misinformation becomes one of the key issues in journalism studies. Unusual methodologies and themes receive practically no citations.

Keywords: Journalism; COVID-19; Academia; InCites; Citation Topics; Impact; Communication research.

1. Introducción

Las crisis suponen un reto comunicativo para las sociedades contemporáneas, exigiendo un esfuerzo de sus instituciones, sus medios de comunicación y, en definitiva, las personas que conformamos dicha sociedad. No es extraño, por tanto, que la comunicación -ya sea política, de riesgos, científica o de salud- devenga en un elemento tan notorio que llame la atención de la comunidad académica. Por ese motivo, existen diversos análisis que tienen por objeto de estudio las crisis y sus consecuencias, ya sea desde una vertiente comunicativa (Camacho, 2009; Chan *et al*, 2003; Cortiñas-Rovira *et al*., 2015; Salvador-Mata y Cortiñas-Rovira, 2023; Lewison, 2008; Casero-Ripollés, 2020), o mediante la elaboración de decálogos o recomendaciones (Seeger, 2006; Sandman, 1993; Reynols y Seeger, 2005; Jones *et al*, 2010, entre muchos otros).

El caso del COVID-19 no es una excepción. De hecho, durante un tiempo se convirtió en fuente exponencial de producción científica (Torres-Salinas, 2020). Estudiar de qué modo, en qué condiciones

y qué impacto han tenido, y están teniendo, dichas investigaciones resulta clave para dilucidar los mecanismos científicos y académicos subyacentes.

Este tipo de estudios suelen encuadrarse en disciplinas. Por ejemplo, desde las ciencias sanitarias o naturales, como es lógico, se han realizado múltiples estudios analizando el impacto del COVID-19 en la investigación médica o en disciplinas concretas dentro de la misma (Weiner *et al*., 2020; Gregorio-Chaviano *et al*., 2022; Ruiz-Fresneda *et al*., 2021; Corrales-Reyes *et al*., 2021; López-López *et al*., 2020). Se ha hecho lo propio en el campo de la comunicación en salud (de las Heras-Pedrosa *et al*., 2022). También se ha analizado el fenómeno con un enfoque en la comunicación y la estructura divulgativa de esta investigación. Por ejemplo, Cerda-Cosme y Méndez (2022) estudiaron el porcentaje de artículos académicos publicados en 2020 por afiliaciones españolas que compartían su información o datos, detectando que esto solo sucedía en un 12,5% de los casos. Por otro lado, Waltman *et al*. (2021) se centraron en estudiar la comunicación académica, prestando atención al tipo de publicación, al impacto de esta (ya sea en redes sociales, en los medios o en forma de citaciones del resto de la comunidad académica). Torres-Salinas (2020) demostró que durante el apogeo de la pandemia se produjo una explosión sin precedentes de la producción científica en el campo del COVID-19, generando grandes retos para las revistas científicas y las bases de datos.

Se ha estudiado también la producción científica aplicada a conceptos o contextos muy concretos de esta crisis, como por ejemplo el teletrabajo (Mamani-Benito *et al*., 2022), su perfil de financiación (Shueb *et al*., 2022), la diabetes y el COVID-19 (Corrales-Reyes *et al*., 2021) o los estudios ambientales (Casado-Aranda *et al*., 2021), entre otros.

La mayoría de estos estudios han obtenido sus datos o bien de forma agregada (buscando por palabras claves, por ejemplo, Cerda-Cosme y Méndez, 2022; López-López *et al*., 2020) o bien a partir del perfil de clasificación de las revistas en distintas bases de datos (por ejemplo, Gregorio-Chaviano *et al*., 2022). Estas aproximaciones resultan útiles para dibujar mapas genéricos sobre investigación en COVID-19 (por ejemplo, en el contexto médico), sobre elementos muy concretos (teletrabajo, diabetes, ciencias ambientales) o para establecer estadística descriptiva (financiación, citaciones y otros indicadores altmétricos). Sin embargo, no resultan eficientes para mapear el modo en que una disciplina académica concreta responde en sus publicaciones al fenómeno del COVID-19, especialmente en ciencias sociales, donde las revistas muestran una dispersión temática elevada.

El presente estudio pretende caracterizar la ciencia hecha en la disciplina académica del periodismo, en el periodo 2020-2022 y que tiene como objeto de estudio el COVID-19. La aproximación metodológica propuesta es mixta, cualitativa y cuantitativa, destinada a analizar los métodos, las fuentes y la temática de estas investigaciones, y se complementa con una vertiente bibliométrica.

Para hacerlo, este trabajo parte de una premisa distinta para la obtención inicial del dominio: en lugar de basarse en palabras clave o categorías de revistas, lo hace aplicando una agrupación algorítmica novedosa que ofrece *InCites*. A finales de 2020 (Potter, 2020) entra en funcionamiento un nuevo método de agrupación de artículos por sus relaciones temáticas, los *Citation Topic*. Estos son agrupaciones de artículos en clústers que se conforman según patrones de citación estableciendo fuertes relaciones temáticas y generando una mayor concreción para el estudio de las disciplinas académicas. El uso de esta estrategia aún no está extendido, existiendo pocos trabajos que lo utilicen (uno de los primeros es el de Herrero-Solana y Piedra-Salomón, 2020).

2. Objetivos

Objetivo 1: Cuantificar el impacto que ha tenido el COVID-19 en el campo del periodismo como disciplina académica, tanto a nivel productivo como a nivel de citas recibidas y su distribución.

Objetivo 2: Identificar las aproximaciones metodológicas más utilizadas, los núcleos temáticos más recurrentes y las fuentes empleadas para la obtención de resultados en los artículos estudiados, y su impacto relativo en cuanto a citas.

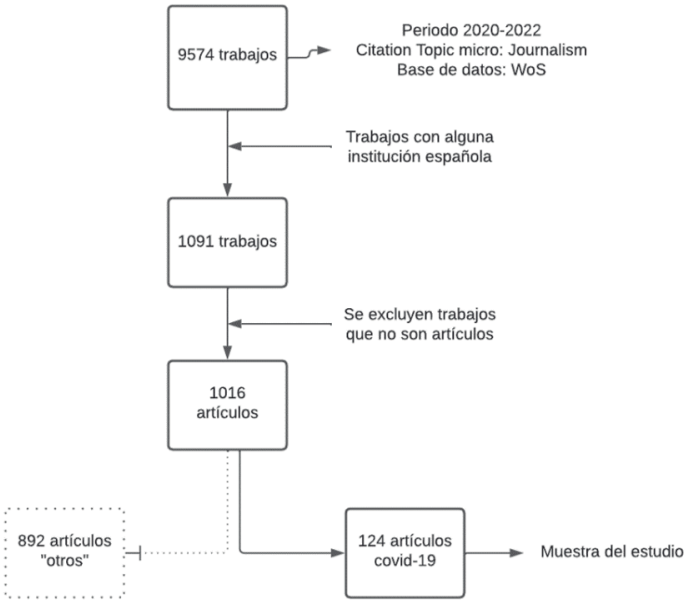
3. Metodología

3.1. Selección del dominio temático

Para delimitar temáticamente nuestro corpus documental se ha utilizado los ya mencionados *Citation Topics* de *InCites*. El algoritmo utilizado para su creación (Potter, 2020) clasifica los documentos contenidos en *Web of Science* según sus relaciones de citación, y establece tres niveles de clasificación jerárquica: macro (10), meso (326) y micro (2444 tópicos). Cada *paper*, en función de sus referencias bibliográficas e independientemente de la revista en la que se haya publicado, forma parte de un único tópico, un meso nivel y un macro nivel. Esta clasificación automática a nivel de artículo ofrece una granularidad de contenidos mucho más fina que las usuales categorías temáticas de revistas. Entre los meso tópicos se encuentra "Comunicación", que engloba siete micro tópicos identificados por este método. Dentro de estos siete encontramos uno que resulta el idóneo para los objetivos del presente trabajo: "Periodismo".

La Figura 1 muestra el esquema de selección del corpus. Sobre el micro CT periodismo se delimitó el margen temporal (2020-2022). Del total de trabajos recuperados (9574), se filtró por afiliación España, esto es, que alguno de los autores firme por una institución española (1091). De este resultado se desecharon 75 trabajos que no eran considerados artículos. Del montante final (1016) se hizo una búsqueda por palabra clave "COVID-19", conformando la muestra final de 124 trabajos que cumplían con todos los criterios, y obteniendo un grupo “control” de 892 artículos que no trataban directamente el COVID-19.

Figura 1: *Proceso de selección de la muestra.*



Fuente: Elaboración propia.

3.2. Análisis realizados

La muestra de 124 artículos se descargó de la base de datos de WoS en formato de registro completo. A continuación, se realizaron una serie de análisis para obtener los datos para el estudio.

3.2.1. Codificación metodológica:

Para obtener los códigos metodológicos se hizo una codificación en dos fases. A partir de la información contenida en el campo *abstract* se codificó la metodología de forma inductiva utilizando los términos que aparecen en los artículos. En los casos en que no se especificaba se acudió a la sección metodológica correspondiente del artículo. A continuación, se agruparon los códigos obtenidos para formar grupos que compartían aproximación metodológica. La Tabla 1 muestra el proceso de codificación final y las especificaciones metodológicas.

Tabla 1. *Codificación metodológica en dos fases.*

Metodología descrita en el artículo	Códigos unificados
Secondary analysis of surveys, comparative analysis of secondary data	*Secondary analysis of data* (análisis de datos secundarios)
Communicative content analysis, content analysis, analysis of data/pieces/..., in-depth context analysis, thematic content analysis, mixed quantitative and qualitative methodology, systematic observation, mixed methodology, comparative analysis, qualitative analysis methodology, exploratory content analysis, quantitative content analysis, inductive perspective-qualitative methodology, in-depth content analysis, semantic analysis, qualitative inductive-deductive content analysis,...	*Content analysis* (análisis de contenido)
Social Network Analysis (NodeXL Pro software), computational content analysis, automatic process of topic modeling and network analysis, automatic analysis, machine-learning techniques, Social Big Data analysis, Natural Language Processing and Network Theory, Multilingual sentiment, automated text classification	*Advanced automated analysis techniques* (técnicas avanzadas de análisis automático)
Bibliographical synthesis, literature review, systematic literature review, bibliographical review	*Bibliographical review* (revisión bibliográfica)
Survey, online survey, adapted questionnaire, questionnaire, sub national survey, two-wave panel survey, self-administered questionnaire	*Survey* (encuesta)
Hemerographic analysis, bibliometrics, analysis of searches	*Informetrics* (informetrías)
Design-based research, theoretical paper, historical-discursive method, deductive and critical methodologies, critical discourse analysis, agenda-setting theory, focus group, experimental setting	*Others* (otras)
In-depth interview, semi-structured interview, semi structured open interviews	*Interview* (entrevistas)

Fuente: Elaboración propia.

El código "análisis de contenido" engloba el conjunto de estrategias usadas para obtener información (tanto cualitativa como cuantitativamente) a partir del análisis efectuado por personas de un elemento de estudio.

Por otro lado, las técnicas avanzadas de análisis automático son todas aquellas aproximaciones metodológicas que automatizan el estudio de estos elementos. Se trata de una categoría amplia que engloba distintas aproximaciones metodológicas: *social network* análisis (SNA, con programas específicos), análisis automatizado de contenido, a veces con algoritmos de *Machine Learning* (ML), uso de estrategias de *Natural Language Processing* (NLP), entre otras. Aunque difieren en sus aproximaciones, se han agrupado en el mismo código porque comparten aproximación automatizada para el estudio de grandes paquetes de datos, generalmente obtenidas de las redes sociales.

Se ha creado también el código *informetrics* (informetrías). Este término, que empezó a utilizarse en los últimos quince años del siglo XX (Tague-Sutcliffe, 1992), ahora en cierto desuso, sirve para agrupar en un sentido amplio las aproximaciones metodológicas que se fundamentan en estudios cuantitativos de paquetes de información. En un sentido genérico, aquí se utiliza para agrupar los estudios bibliométricos, cienciométricos y webmétricos (Egghe, 2005, a partir de Soós y Kiss, 2020), dado que se entienden las informetrías como un conjunto de técnicas.

Por último, se ha creado una categoría de análisis secundarios para agrupar todos aquellos estudios que obtienen datos producidos por otras investigaciones y los re-interpretan o analizan a la luz de nuevas preguntas de investigación.

3.2.2. Caracterización temática

Para la caracterización temática se realizaron dos aproximaciones: una automática, a partir del programa *VOSViewer* (Eck y Waltman, 2010), que realiza un análisis de co-palabra (*coword*) de los campos de título, palabras clave y resumen. Con estos datos es capaz de establecer densidades, centralidad e interacciones del conjunto de datos (después de un proceso de depuración de términos genéricos no informativos, como por ejemplo las palabras: *research*, *study*, *country*, *information*, etc.).

En segundo término, un análisis inductivo para organizar el contenido en agrupaciones y subagrupaciones temáticas a partir del análisis del artículo. Se han hallado nueve grandes dominios temáticos (desinformación, cobertura mediática, comunicación política, consumo mediático, práctica periodística, modelo de negocio, opinión pública, educación y otros) y hasta cincuenta y dos subtemáticas.

3.2.3. Caracterización de las fuentes

Se extrajo de cada artículo las fuentes a partir de las cuales se obtuvieron los datos de la investigación, llegando a las siguientes siete categorías: prensa, población, redes sociales, *fact-checkers*, otros, literatura académica y negocios. Con sus consiguientes treinta y nueve subcategorías.

4. Resultados

4.1. Presencia del COVID-19 en la investigación en comunicación y periodismo

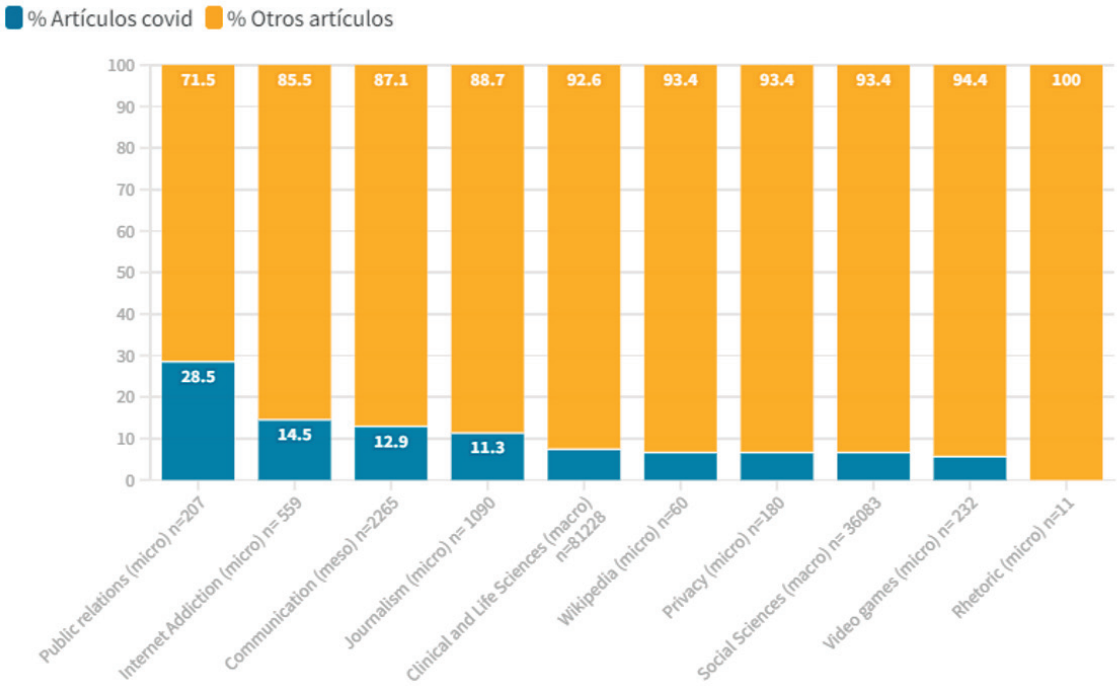
Los artículos científicos firmados por alguna afiliación española que analizan el COVID-19 en el campo del periodismo representan un 11,3% del total de trabajos publicados en el periodo 2020-2022 (n=1090). Si vamos al siguiente nivel organizacional de la agrupación algorítmica, el meso topic

comunicación (que engloba a periodismo y a los otros seis tópicos graficados en la Figura 2), vemos que los estudios científicos acerca del COVID-19 representan un 12,9% del total de trabajos publicados en el periodo (n= 2265).

En el macro tópico ciencias sociales (que engloba a comunicación y una buena cantidad de otros meso tópicos) los artículos acerca COVID-19 pierden importancia, ocupando solo el 6,6% (n=36083). El esfuerzo que han hecho las ciencias naturales, otro macro tópico (n=81228) es también inferior al de comunicación, puesto que solo ha dedicado a ello el 7,4% de sus trabajos.

La disciplina académica de la comunicación, por tanto, ha hecho un esfuerzo investigador superior a la media de las ciencias sociales y las ciencias naturales para poner foco en el COVID-19. Curiosamente llama la atención como en un mundo en cuarentena el índice de esfuerzo mayor lo tienen las relaciones públicas (28,5%).

Figura 2. *Comparación del porcentaje de artículos COVID-19 sobre el total de cada Citation Topic.*



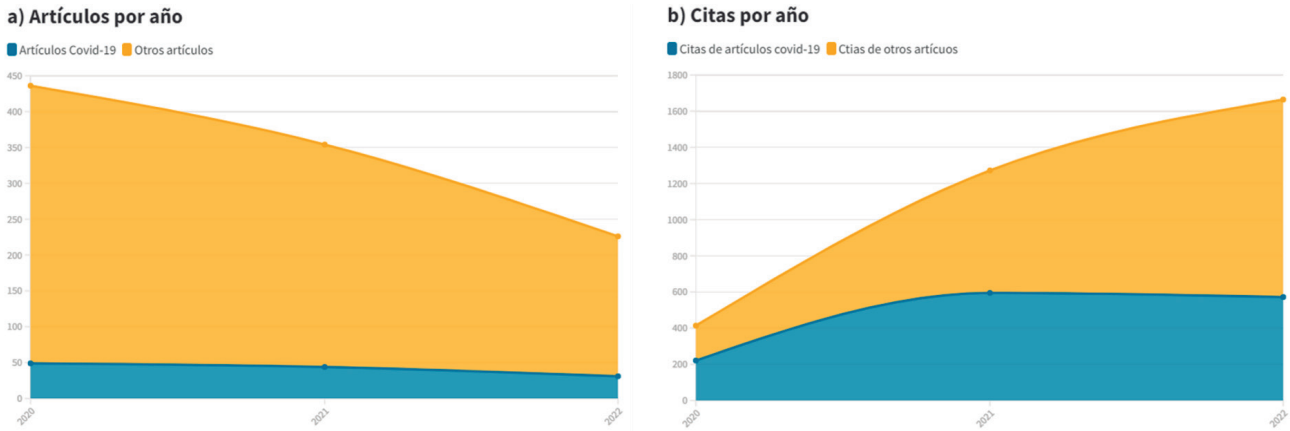
Fuente: Elaboración propia.

4.2. Impacto de la investigación en COVID-19 en periodismo

La Figura 3a muestra el volumen de artículos agrupados en el CT periodismo que tratan el COVID-19 en relación con el total de artículos publicados por año. Se puede observar que existe una caída sostenida en el número de artículos producidos dentro de este campo, si bien el número de artículos que tratan el COVID-19 por año no decrece de forma tan ostensible. No obstante, lo que resulta destacable es que estos artículos, que suponen el 11,3% de la producción total, sin embargo, son responsables del 40% de las citaciones recibidas en el periodo de estudio.

De promedio, un artículo que trate el COVID-19 es citado 11,27 veces, mientras que un artículo que no trate la temática solo recibe 2,24 citas, una diferencia más que notable y que indica la centralidad e importancia del tema.

Figura 3a y 3b: *Artículos por año y citas por año de los artículos que tratan el COVID-19 en relación con los que no lo hacen.*

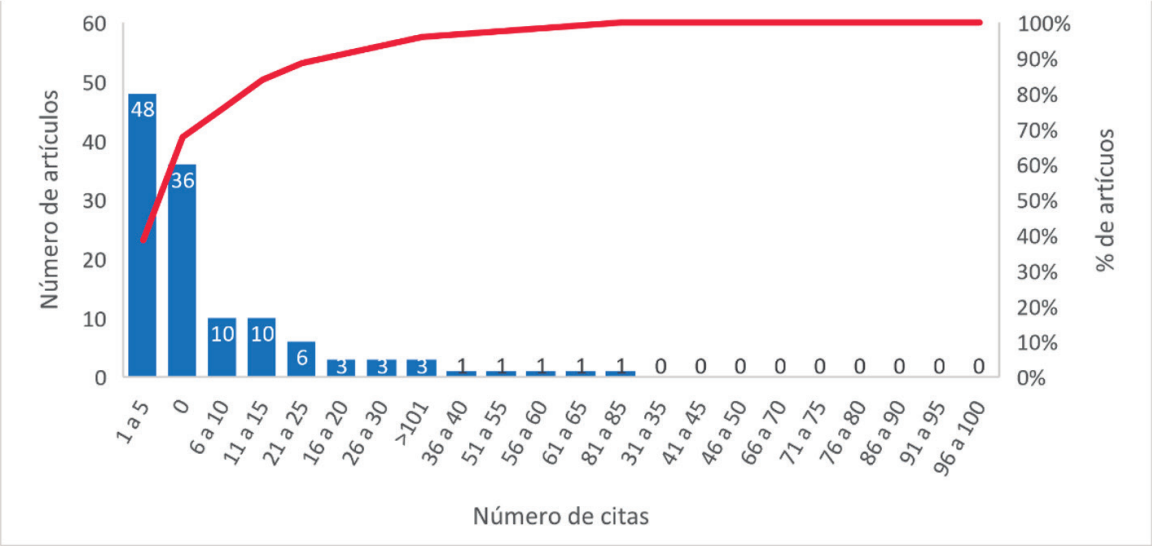


Fuente: Elaboración propia.

La Figura 4 muestra la distribución de los artículos en función del número de citas recibidas. El 29% de los trabajos (n= 36) no han recibido ninguna cita, y un 39% (n=48) ha recibido entre una y cinco. La media se encuentra en 11 citas por artículo, pero un 24% de los artículos (n=30) la supera. Existen tres casos en los cuales se supera la centena de citas.

En los 892 artículos de la disciplina que no contienen investigaciones sobre el COVID-19, el 47% de los artículos no ha recibido aún ninguna citación; y un 40% se encuentran en el rango de una a cinco. Solo un 4,3% de los trabajos han recibido 11 o más citas, denotando que las investigaciones sobre COVID-19 han tenido un mayor impacto académico que el resto de los trabajos de forma general, y no solo debido a unas pocas investigaciones concretas que llegan a grandes cotas de citación.

Figura 4: *Distribución de los artículos según citas.*



Fuente: Elaboración propia.

La Figura 5 muestra cómo los trabajos con más citaciones son aquellos publicados durante el año 2020. Esto es esperable porque los artículos publicados antes tienen más tiempo para ser citados y más artículos que, potencialmente, pueden citarlos. Sin embargo, si se compara con el grupo control (los 892 artículos que no incluyen la palabra clave COVID-19) se observa que este fenómeno se encuentra agudizado en los trabajos que tratan el COVID-19. El 86% de las citaciones recibidas por estos artículos se deben a las publicaciones del 2020, aunque estas solo representan el 38% del volumen total. En cambio, en el grupo control, los trabajos de 2020 generan solo el 61% de las citas, aunque representan también un 38% del total de publicaciones. Los artículos COVID-19 publicados en 2021 generan el 12% de las citas, mientras que en el grupo control producen el 28%. En el 2022, esta tendencia se agudiza más si cabe: los trabajos del grupo COVID-19 producen un volumen imperceptible de citas, mientras que los del grupo control se acercan al 10%.

Figura 5: *Citas repartidas en función del año de publicación de cada artículo.*

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Metodologías utilizadas en las publicaciones

El análisis inductivo en dos fases de los recursos metodológicos utilizados en las 124 investigaciones estudiadas ha permitido detectar que, en el 49% de los casos se han obtenido datos mediante un análisis de contenido. Si bien el objeto de dicho análisis ha sido variado (piezas periodísticas, tuits, posts, comentarios, conferencias, visuales, vídeos, ruedas de prensa, portadas), y los datos obtenidos son de índole diversa (cuantitativos, cualitativos, mixtos), se trata del modo más estandarizado de obtener datos.

La siguiente técnica más común es la de la encuesta (16,1%), que en la mayoría de los casos se han hecho en un formato online. Las técnicas avanzadas de análisis automático, que engloban un conjunto de metodologías automatizadas de análisis de contenido, en general de redes sociales, corresponden al 9,6% de los casos de estudio. Las entrevistas (7,2%), las revisiones bibliográficas (4,8%), los análisis de datos secundarios (2,4%) son los otros recursos metodológicos empleados.

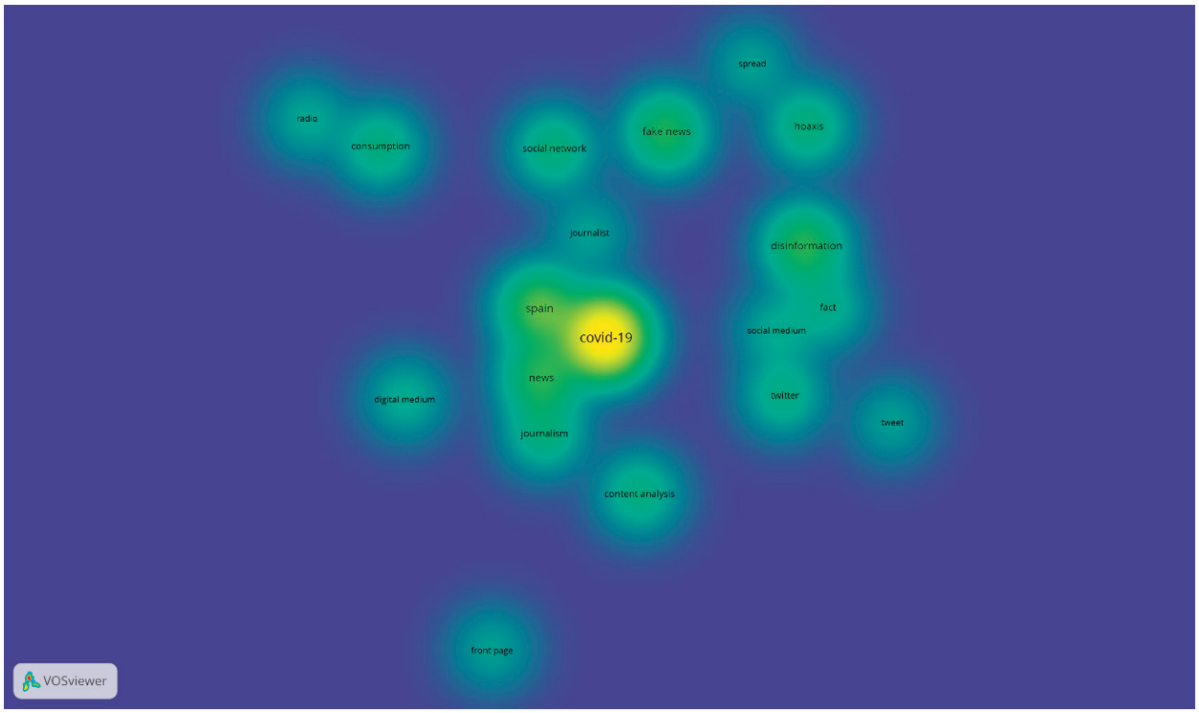
La categoría informetrías representa un 2,4% de los estudios, englobando análisis hemerográficos, bibliométricos y de páginas web. Cabe mencionar, sin embargo, que se han detectado análisis informétricos en estudios con otras metodologías principales. Algunos estudios que analizaban contenido de forma inductiva han empleado, en ciertas ocasiones, aproximaciones informétricas para complementar sus resultados, si bien como metodología secundaria.

También se han identificado un cierto número de estrategias metodológicas que han aparecido con una frecuencia inferior al 1% (esto es, en un solo artículo). Se citan a continuación con la intención de dar muestra de la riqueza metodológica del campo: experimentos, grupos de discusión, ensayos críticos, intervenciones educativas con medición de impacto, estrategias críticas de análisis.

4.4. Temáticas de los artículos de investigación

La Figura 6 muestra un mapa de calor de *VOSViewer* basado en el *coword analysis* en los campos de título, resumen y palabras clave. Se aprecia la centralidad de COVID-19 y España, como los elementos fundamentales, y luego se muestra una densidad elevada de términos vinculados con la desinformación (*fake news*, *hoaxes*, *disinformation*), otro bloque vinculado con periodismo (*journalism*, *news*, *frontpages*) y finalmente una presencia extendida de las redes sociales.

Figura 6: *Mapa de densidad de VOSViewer.*



Fuente: Elaboración propia.

Los datos del análisis inductivo manual son consistentes con la agrupación de palabras, y a la vez permiten una mejor conceptualización del fenómeno. La Figura 7 sintetiza los resultados.

Un 26% de los artículos analizados tienen como foco temático la desinformación; ya sea tratando las noticias falsas, o analizando el proceso de *fact-checcking* o investigando acerca de bulos y distribución de contenido. En segundo lugar, la cobertura mediática es el tema principal del 24% de los trabajos. Se tratan de análisis con un objetivo concreto (distinto a la desinformación), lo que genera una amplia

variedad de subtemas: desde estudio de *frames* y tópicos en la cobertura de distintos medios hasta estudio de fuentes, apariciones políticas, géneros periodísticos, ética periodística, uso de imágenes y recursos visuales, etc.

En una proporción menor, la comunicación política representa el 15% de las publicaciones analizadas, con especial enfoque en la comunicación institucional (de portavoces, organizaciones, gobiernos u otros). En tercer lugar, se ha identificado temáticas relacionadas con el consumo mediático en un 14,5% de los artículos. Finalmente, de manera minoritaria, se han detectado estudios que tratan la práctica periodística (12,4%) y los nuevos modelos de negocio de los medios de comunicación (6,2%).

Figura 7: *Clasificación de las temáticas y sus subtemáticas.*

Fuente: Elaboración propia.

4.5. Fuentes de obtención de datos

A continuación, se ha analizado de qué fuente se han obtenido los datos para estas investigaciones. En un 27% de los artículos, el objeto de estudio ha sido la prensa (piezas periodísticas, portadas, ruedas de prensa, televisión, radio…).

En segunda instancia, se ha recurrido a la población para obtener información (en un 24% de los trabajos). La mayoría de veces sin segmentar la muestra, aunque también se han estudiado grupos concretos, como por ejemplo profesionales, estudiantes de periodismo o editores.

Las redes sociales han servido de fuente para un 22% de las investigaciones, siendo Twitter la principal con diferencia.

Las organizaciones dedicadas al *fact-checking* han aportado datos en un 10% de los casos: generalmente, a partir de los bulos que han descrito y que han servido de unidad de análisis para las investigaciones, aunque también se han estudiado su modelo de negocio y sus comunicaciones institucionales en redes sociales.

Figura 8: *Clasificación de las fuentes utilizadas.*

Fuente: Elaboración propia.

4.6. Impacto en citas por metodología, temática y fuente

La Figura 9 representa las citas promedio que reciben los artículos en función de su clasificación metodológica, temática y de fuente. Para evitar sesgos, de este análisis se han excluido los tres artículos con mayor número de citaciones al momento del análisis (213, 187 y 114, respectivamente) puesto que

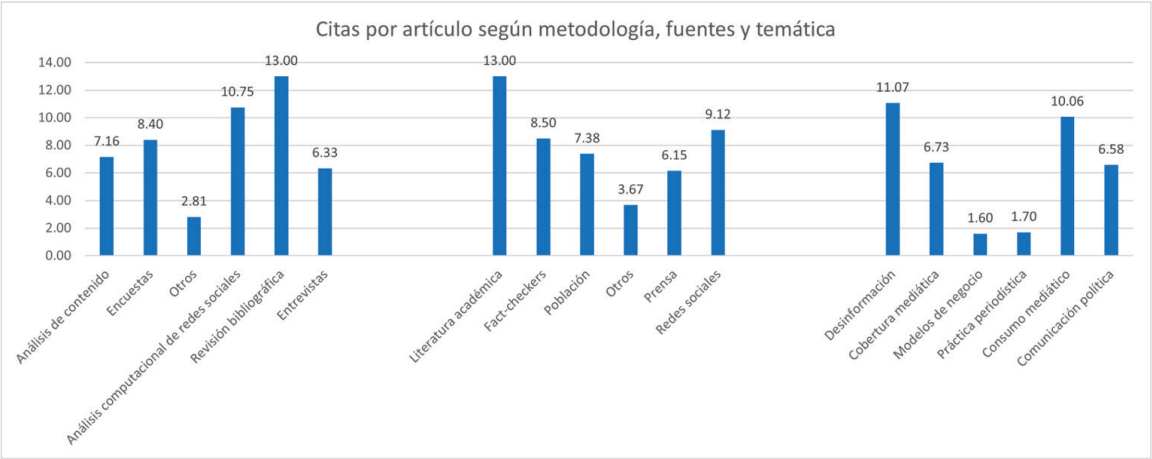
aumentaban mucho el error de cálculo. Por ende, la n final de la población analizada es de 121 revistas, y se han incluido en la gráfica todas las categorías con al menos 5 artículos.

La metodología que genera más impacto, cuantificada según número de citas, es la revisión bibliográfica (13 citas/artículo), seguida del análisis computacional de redes sociales (10,75), las encuestas (8,40) y el análisis de contenido (7,16). Las entrevistas (6,33) y las metodologías minoritarias, agrupadas como otros, (2,81), resultan las menos productivas en cuanto a citas.

La fuente de obtención de datos con mayor impacto es la literatura académica (de la que provienen las revisiones bibliográficas) puesto que tiene 13 citas por artículo. Le sigue el estudio de redes sociales (9,12). Cabe remarcar que este valor es inferior al análisis computacional de redes sociales porque incluye artículos que se basan en redes sociales pero que lo hacen desde la perspectiva del análisis de contenido y, proporcionalmente, reciben menos citas. El estudio de *fact-checkers* (8,50) también ha resultado relevante. La aproximación mediante fuentes de prensa muestra el segundo peor perfil de citación, con solo 6,15 citas por artículo, solo superada por las fuentes minoritarias (3,67).

En el caso temático, la mayoría del impacto se concentra en los estudios sobre desinformación (11,07) y sobre el consumo mediático (10,06). La cobertura mediática (6,73), la comunicación política (6,58), la práctica periodística (1,7) y los modelos de negocio (1,6) se encuentran muy por debajo de la media de citas por artículo.

Figura 9: *Impacto promedio de cada tipo de metodología, temática y fuente en número de citas.*



Fuente: Elaboración propia.

5. Discusión y Conclusiones

5.1. Impacto de la investigación en COVID-19: la importancia de llegar primero

La investigación en COVID-19 durante el periodo 2020-2022 ha generado un mayor impacto en citaciones que el resto de las publicaciones del campo del periodismo. Estos resultados son coherentes con otras investigaciones en el campo médico (Gregorio-Chaviano *et al*., 2022), que también demostraron que los artículos sobre COVID-19 en revistas médicas generaron más citas del esperado, representando el 13% de artículos, pero generando cerca del 25% del impacto. Nuestros datos, aplicados al campo del periodismo, demuestran que el efecto es incluso mayor que en el caso médico (el 11% de los artículos generan el 40% del impacto).

Esto puede responder a varios motivos: en primer lugar, durante un tiempo se trató del principal elemento de debate y centralidad política y académica, posiblemente aumentando la visibilidad de estas investigaciones, tanto en entornos académicos como divulgativos. Hay investigaciones que señalan que los artículos publicados durante el inicio de la pandemia tuvieron alta transmisibilidad en redes y semanas después reportaron un nivel superior de citas que el resto (Kousha y Thelwall, 2020). En segundo lugar, está el compromiso de muchas revistas de publicar las investigaciones relacionadas con el COVID-19 en abierto (Besançon *et al*., 2021; Gardener *et al*., 2022) haciendo que sean susceptibles a más citaciones (Huang, 2020). En tercer lugar, el hecho que sea una temática de nuevo origen implica un bajo número de publicaciones (124 vs. 892), todas vinculadas a nivel temático, lo que refuerza las citas entre ellas y las centraliza en un núcleo concreto de artículos, (mayoritariamente publicados en 2020), que concentran el mayor número de citas. Este fenómeno se ha observado en otras investigaciones (Waltman *et al*., 2021), que señalan, en un sentido general, que los artículos publicados en los primeros meses de la pandemia recibieron mucha mayor atención, tanto a nivel de citaciones como de mediciones altmétricas.

Otro elemento que puede estar implicado es la elevada producción (por encima del esfuerzo esperado en el campo) de la disciplina académica del periodismo. Desde finales de la primera década de los dos mil, y a causa del efecto ANECA (Soriano, 2008; Delgado-López-Cozar *et al*., 2021), la producción científica en forma de artículos se disparó en la disciplina, reduciendo así el impacto promedio de los trabajos. Esta situación estaría afectando en menor medida a las publicaciones sobre COVID-19 porque, especialmente en un primer momento, apenas había artículos que tratasen la temática. La evolución de la tendencia de publicación en el campo, que hasta 2020 mantenía un ritmo ascendente y ahora parece descender, deberá estudiarse en los próximos años para entender si existe un cambio de paradigma o hay otros factores jugando un papel.

En conclusión, y en un sentido genérico, podría sugerirse que investigar una crisis, especialmente al inicio y cuando está muy presente en el panorama social, reporta un marcado beneficio académico.

El hecho que exista un mayor número de citas no implica, forzosamente, que estos artículos sean innovadores o de mejor calidad que el resto de la producción. En primer lugar, los artículos que acumulan más citas, hasta un 86% del total (aquellos publicados durante el 2020) se han realizado en periodos temporales muy cortos (entre uno y nueve meses), lo que lleva a concluir que la planificación y la recogida de datos podría haber sido parcial, y que su éxito viene marcado por el momento en que se publican. En este sentido, los ocho artículos con más citaciones (en conjunto reúnen hasta 809, cerca del 60% del total) se publicaron entre marzo y julio de 2020. Si bien los procesos de revisión en esa época fueron mucho más rápidos, este hecho indica que la investigación se realizó en un lapso muy corto, especialmente si se compara con artículos semejantes publicados en 2021 o 2022, con los que suelen compartir metodología y temática.

Asimismo, son artículos que a priori cuentan con menor financiación puesto que, en los primeros compases de la pandemia no había proyectos subvencionados para el estudio del COVID-19. A pesar de ello, se abrieron rápidamente líneas para dar soporte a esa investigación (aunque más bien enfocada a las ciencias biológicas o sanitarias). Según Shueb *et al*. (2022), solo el 32% de los artículos publicados recibieron financiación. Estos indicadores (prontitud y rapidez de la investigación, falta de financiación y datos aún preliminares o parciales) pueden hacernos suponer que estas investigaciones no son tan robustas como podría esperarse, y a pesar de ello han recibido un fuerte respaldo de la comunidad académica.

5.2. Metodología y COVID-19: se mantiene la aproximación clásica, descriptiva, pero la innovación en redes sociales genera más impacto

En un sentido metodológico, se observa que las aproximaciones realizadas no difieren de lo esperado en el campo de las ciencias sociales y la comunicación, a diferencia de lo que se ha estudiado en contextos científicos más generales, donde se ha detectado un incremento en la novedad e innovación científica, así como en las líneas de colaboración (Liu *et al*., 2022).

La aproximación más identificada es el análisis de contenido (en un 49% de las investigaciones), un cajón de sastre que engloba buena parte de la investigación cualitativa (y a veces cuantitativa) que se hace en ciencias sociales. A pesar de ser el más usado, no tiene el mejor impacto (7,16 citas por artículo de promedio). Estos análisis se caracterizan por el estudio de una determinada pieza de información y contenido de una forma manual, esto es, bajo el criterio y los parámetros fijados por las personas investigadoras. Si bien se trata del elemento más recurrente, no está exento de ciertos riesgos o problemáticas, como por ejemplo el posible sesgo, la delimitación de la muestra para que sea mesurable, la interpretación de los datos y la falta de capacidad para extrapolar los descubrimientos por falta de un enfoque estadístico que no sea descriptivo.

El método más efectivo en términos de impacto (más allá de la revisión bibliográfica, que de manera generalizada suele considerarse uno de los métodos más rentables en cuanto a citas recibidas) es el análisis computacional de redes sociales. Esta estrategia, relativamente novedosa, permite el manejo de grandes paquetes de datos para el estudio de interacciones y la codificación automatizada de códigos, sentimientos y otros.

Se trata, sin embargo, de una metodología aún minoritaria (solo el 9,6% de las investigaciones utilizan métodos computacionales para el análisis de redes sociales). De hecho, más de la mitad de los estudios que han analizado redes sociales lo han hecho con una aproximación de análisis de contenido (12 computacionalmente y 15 con análisis de contenido). Esto demuestra que, a pesar de que existen estrategias innovadoras de análisis, aún predominan los análisis clásicos, en la mayoría de los casos de codificación manual y selección de una muestra (ya sea aleatoria o por criterios de inclusión). Estas aproximaciones manuales tienen la ventaja que posibilitan extraer más conclusiones a nivel discursivo, ya que permiten análisis cualitativos más afinados que las aproximaciones cuantitativas, ya que es fácil adaptar los datos al discurso. Sin embargo, adolecen de muestras mucho más pequeñas y un impacto estadístico y poblacional mucho más reducido.

Las encuestas (8,40) se muestran más efectivas que las entrevistas (6,33). Esto puede confirmar la tendencia cada vez mayor a priorizar grandes paquetes de datos antes que resultados más cualitativos, remarcando la transición de la ciencia comunicativa hacia un contexto más cuantitativo. Lo mismo sucede con el análisis de contenido, que muestra peor perfil que el análisis computacional, de carácter más cuantitativo.

Las muestras más minoritarias e innovadoras, como podrían ser las intervenciones para cuantificar efectos (López-Flamarique y Planillo-Artola, 2021), los contextos experimentales para determinar el impacto o el efecto de una variable independiente (Folkvord *et al*., 2022) generan un impacto mucho más reducido. En parte, esto se puede explicar por el hecho que investigaciones semejantes se citan mutuamente, de modo que las relaciones de citación excluyen con facilidad los trabajos innovadores, sin que esto sea óbice para que en un futuro ganen terreno en el campo científico.

5.3. Fuentes y COVID-19: sigue predominando la prensa, pero las redes sociales y los f*act-checkers* generan más impacto

La fuente más utilizada es la prensa (27% de los artículos), como sería de suponer en una agrupación de artículos organizados por el algoritmo en torno al concepto de periodismo. Sin embargo, es la fuente con peor impacto de citación (6,15), una vez excluidas las fuentes minoritarias. Esto parece indicar que las personas investigadoras siguen recurriendo asiduamente al estudio de la prensa, aunque está resultando cada vez menos relevante para la comunidad científica. La forma mayoritaria de estudiar la prensa es, en 29 de 33 casos, mediante análisis de contenido, posiblemente reforzando la idea clásica de estudio académico del campo.

A pesar de ello, el hecho de que casi un 22% de las publicaciones hayan transitado hacia el estudio de redes sociales ilustra que el campo de estudio del periodismo puede estar abandonado la cobertura mediática clásica en prensa para abarcar otros niveles de análisis, un fenómeno ya estudiado por algunos autores (Herrero-Solana y Ramos-Ruiz, 2022). Esto ocurre incluso cuando en muchos casos este estudio implique también análisis del comportamiento de los medios en redes sociales. Encontramos, de hecho, un mayor rendimiento académico ya que presentan hasta 9,12 citas por artículo en los estudios que se centran en redes sociales. La fuente predominante de información es Twitter, y solo tangencialmente se estudian Whatsapp, Telegram u otros canales informativos, señalando de nuevo la zona de confort de la comunidad académica. Cabe mencionar que el estudio de Twitter es, en términos metodológicos, relativamente más sencillo debido a que existen muchos instrumentos para obtener la información, clasificarla, describirla, etc.

Gracias a la explosión del estudio de la desinformación, una de las fuentes que han ganado protagonismo recientemente, son las plataformas de verificación o *fact-checkers* (cerca del 10%). El estudio de sus productos para combatir la desinformación se ha mostrado muy rentable a nivel de citas, puesto que les han reportado 8,50 citas por artículo. Cabría reflexionar si esta investigación dirigida hacia las empresas y productos *fact-checker* ha tenido un impacto en las entidades y las labores analizadas o es meramente de carácter descriptivo.

5.4. Temática del estudio del COVID-19: desinformación es la mayoritaria, en número e impacto

La desinformación (26%) es la principal temática hallada en los artículos analizados. Además, no solo se trata del tema de investigación más común, sino también reporta el mejor perfil de citación temático (11,07). En 20 de los 33 estudios, se ha hecho mediante un análisis de contenido, generalmente con productos de *fact-checkers* o en redes sociales. En algunas ocasiones se han empleado encuestas a la población.

La cobertura mediática, medida en general mediante análisis de contenido en prensa, es el segundo gran bloque temático, si bien con una relevancia en cuanto a citas mucho menor (6,73). De nuevo se observa que el estudio clásico (prensa, mediante análisis de contenido, para codificar códigos y praxis periodísticas) genera peor impacto que el estudio de temáticas "candentes" (desinformación), o con aproximaciones metodológicas más novedosas (análisis computacionales en redes sociales).

La comunicación política (6,58), el modelo de negocio (1,60) y la praxis periodística (1,70) son las temáticas con menor impacto en citas, si bien el primero ha generado hasta 19 artículos de investigación (en general, enfocado en el estudio de los perfiles en redes sociales o de las conferencias de prensa realizadas por distintos portavoces).

Esta investigación ha permitido identificar el comportamiento académico del periodismo en relación con el COVID-19. Se concluye que fue un área de estudio más relevante en cuanto a número de citas e impacto que las otras temáticas del campo. Se detectó también un fenómeno de concentración de citas en los primeros artículos que surgieron. No se halló una innovación metodológica a nivel absoluto, si bien estudios más innovadores parecería que correlacionan con más citaciones. La temática dominante ha sido la desinformación y las *fake news*, ejemplificando la transición que desde los últimos años se está viviendo en el campo de la comunicación. Esta investigación ha significado un primer paso hacia un nuevo modelo de estudio de las publicaciones académicas, basado en agrupaciones temáticas algorítmicas y el estudio de impacto, que puede complementarse en el futuro aumentando el número de tópicos analizados y estableciendo correlaciones y comparativas con significancia estadística para intuir el futuro de la disciplina académica de la comunicación.

6. Referencias

Abdullah, N. H., Hassan, I., Azura Tuan Zaki, T. S., Ahmad, M. F., Hassan, N. A., Mohd Zahari, A. S., Ismail, M. M. y Azmi, N. J. (2022). Examining the Relationship Between Factors Influencing Political Information Seeking-Behaviour through social media among Youths in Malaysia. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55, 1-15. https://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e746

Baptista, J. P., Correia, E., Gradim, A. y Piñeiro Naval, V. (2021). Partidismo: ¿el verdadero aliado de las fake news? Un análisis comparativo del efecto sobre la creencia y la divulgación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 23-47. https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1509

Besançon, L., Peiffer-Smadja, N., Segalas, C. Jiang, H., Masuzzo, P-, Smout, C., Billy, E., Deforet, M., & Leyrat, C. (2021). Open science saves lives: lessons from the COVID-19 pandemic. *BMC Medical Research Methodology, 21*(117). https://doi.org/10.1186/s12874-021-01304-y

Camacho, I. (2009). La 'gripe A', en la prensa española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 827-843. https://doi.org/10.4185/10.4185/RLCS-64-2009-865-827-843

Casado-Aranda, L., Sánchez-Fernández, J., & Viedma-del-Jesús, M. I. (2021). Analysis of the scientific production of the effect of COVID-19 on the environment: A bibliometric study. *Environmental Research*, 193. http://doi.org/10.1016/j.envres.2020.110416

Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of COVID-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El Profesional de la Información, 29*(2). https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23

Cerda-Cosme, R., & Méndez, E. (2022). Analysis of shared research data in Spanish scientific papers about COVID-19: A first approach. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 1-13. https://doi.org/10.1002/asi.24716

Chan, C. Y., Jin, B., Rousseau, R., Vaughan, L., & Yu, Y. (2003). Newspaper coverage of SARS: a comparison among Canada, Hong Kong, Mainland China and Western Europe. *Cybermetrics, 6/7*(1). http://hdl.handle.net/10261/174379

Corrales-Reyes, I. E., Hernández-García, F., & Mejia, C. R. (2021). COVID-19 and diabetes: Analysis of the scientific production indexed in Scopus. Diabetes and Metabolic Syndrome. *Clinical Research and Reviews, 15*(3), 765-770. https://doi.org/10.1016/j.dsx.2021.03.002

Cortiñas-Rovira, S., Pont-Sorribes, C., & Alonso-Marcos, F. (2015). Simulating and dissimulating news: Spanish Media Coverage of the Swine Flu Virus. *Journal of Contingencies and Crisis Management, 23*(3), 159-168. https://doi.org/10.1111/1468-5973.12063

de Las Heras-Pedrosa, C., Jambrino-Maldonado, C., Rando-Cueto, D., & Iglesias-Sánchez, P.P. (2022).COVID-19 Study on Scientific Articles in Health Communication: A Science Mapping Analysis in Web of Science. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 19*(3), 1705. https://doi.org/10.3390/ijerph19031705

Delgado-López-Cozar, E., Ràfols, I. y Abadal, E. (2021). Medidas insuficientes para un cambio en la evaluación de la investigación en España: glosando las nuevas directrices de la ANECA. *Recerca. Revista De Pensament I Anàlisi, 27*(2). https://doi.org/10.6035/recerca.6308

Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics, 84*(2), 523-538. https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3

García Marín, D. (2021). Las fake news y los periodistas de la generación z. Soluciones post-millennial contra la desinformación. *Vivat Academia, Revista de Comunicación*, 154, 37-63. https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1324

Gardener, A., Hicks, E., Jacklin, C., Tan, G., Cashin, A., Lee, H., Nunan, D., Toomey, E., & Richards, G. (2022). Open science policies of Medical and Health sciences journals before and during the COVID-19 pandemic: a repeat cross-sectional study. *medRxiv*. https://doi.org/10.1101/2022.01.26.22269868

Gómez Rodríguez, G. y González Reyes, R. (2022). La construcción de un estado de la cuestión hemerográfico. Un ejemplo a partir de los conceptos fake news, posverdad y desinformación en el entorno de Web of Science (WoS). *Vivat Academia, Revista de Comunicación*, 155, 69-90. https://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1335

Gregorio-Chaviano, O., Peralta-González, M. J., & López, Mesa, E. K. (2022). Research on COVID-19 and its influence on Latin American Medical journals impact factor. *Gaceta Médica de México, 158*(6), 365-371. https://doi.org/10.24875/GMM.22000241

Folkvord F., Snelting F., Anschutz D., Hartmann T., Theben A., Gunderson L., Vermeulen I., & Lupiáñez-Villanueva F. (2022). Effect of Source Type and Protective Message on the Critical Evaluation of News Messages on Facebook: Randomized Controlled Trial in the Netherlands. *Journal of Medical Internet Research, 24*(3). https://doi.org/10.2196/27945

Herrero Curiel, E. y González Aldea, P. (2022). Impacto de las *fake news* en estudiantes de periodismo y comunicación audiovisual de la universidad Carlos III de Madrid. *Vivat Academia, Revista de Comunicación*, 155, 1-21. https://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1415

Herrero, E. y Herrera Damas, S. (2021). El fact-checker en español alrededor del mundo: Perfil, similitudes y diferencias entre verificadores hispanohablantes. *Revista de comunicación de la SEECI*, 54, 49-77. https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e725

Herrero-Solana, V., & Piedra-Salomón, Y. (2022) Industry 4.0 in Latin America: Countries and Institutions with the Greatest Innovation and Global Impact. *Preprints*. https://doi.org/10.20944/preprints202208.0403.v1

Herrero-Solana, V., & Ramos-Ruiz, A. (2022) The Spanish press as an object of study for Communication researchers. *Zenodo*. https://doi.org/10.5281/zenodo.6569376

Huang, C. K., Neylon, C., Hosking, R., Montgomery, L., Wilson, K., Ozaygen, A., & Brooes-Kenworthy, C. (2020). Meta research: evaluating the impact of open access policies on research institutions. *eLife*, 9. https://doi.org/10.7554/eLife.57067

Jones, S., Waters, L., Holland, O., Bevins, J. y Iverson, D. (2010). Developing pandemic communication strategies: Preparation without panic. *Journal of business research, 63*(2), 126-132. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.02.009

Kousha, K., & Thelwall, M. (2020). COVID-19 publications: Database coverage, citations, readers, tweets, news, facebook walls, reddit posts. *Quantitative Science Studies, 1*(3), 1068-1091. https://doi.org/10.1162/qss_a_00066

Larrondo Ureta, A., Fernández, S. P. y Morales i Gras, J. (2021). Desinformación, vacunas y COVID-19. Análisis de la infodemia y la conversación digital en Twitter. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 1-18. https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1504

Lewison, G. (2008). The reporting of the risks from severe acute respiratory syndrome (SARS) in the news media, 2003-2004. *Health, risk and society, 10*(3), 241-262. https://doi.org/10.1080/13698570802160962

Liu, M., Bu, Y., Chen, C., Xu, J., Li, D., Leng, Y., Freeman, R. B., Meyer, E. T., Yoon, W., Sung, M., Jeong, M., Lee, J., Kang, J., Min, C., Song, M., Zhai, Y., & Ding, Y. (2022). Pandemics are catalysts of scientific novelty: Evidence from COVID-19. *Journal of the Association for Information Science and Technology, 73*(8), 1065-1078. https://doi.org/10.1002/asi.24612

López del Castillo Wilderbeek, F. L. (2021). El seguimiento sobre las fake news en medios institucionales durante el coronavirus en España. *Vivat Academia, Revista de Comunicación*, 154, 1-12. https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1253

López-Flamarique, M. y Planillo-Artola, S. (2021). El alumnado de educación secundaria frente a las noticias falsas: resultados de una intervención didáctica. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa - RELATEC, 20*(1), 39-56. https://doi.org/10.17398/1695-288X.20.1.39

López-López, W., Salas, G., Vega-Arce, M., Cornejo-Araya, C. A., Barboza-Palomino, M., & Ho, Y. (2020). Publications on COVID-19 in high impact factor journals: A bibliometric analysis. *Universitas Psychologica*, 19, 1-12. https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy19.pchi

Mamani-Benito, O., Esteban, R. F. C., Hernández, R. M., Tito-Betancur, M., Chaparro, J. E. T., Saavedra-López, M. A., Calle-Ramírez, X. M., & Sierra-Liñan, F. (2022). Worldwide Scientific Production on Teleworking in Scopus in Times of COVID-19. *Journal of Educational and Social Research, 12*(4), 56. https://doi.org/10.36941/jesr-2022-0096

Martínez Sánchez, J. A. (2022). Prevención de la difusión de *fake news* y bulos durante la pandemia de COVID-19 en España. De la penalización al impulso de la alfabetización informacional. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 27, 15-32. https://doi.org/10.35742/rcci.2022.27.e236

Mula Grau, J. y Cambronero Saiz, B. (2022). Identificación de las *fake news* que se publican en la edición en papel de un diario provincial en la era de la desinformación digital de Trump y el inicio de la COVID. *Vivat Academia, Revista de Comunicación*, 155, 23-38. https://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1329

Noguera Vivo, J. M., Grandío Pérez, M. del M., Villar Rodríguez, G., Martín, A. y Camacho, D. (2023). Desinformación y vacunas en redes: Comportamiento de los bulos en Twitter. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 44-62. https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1820

Nuevo López, A., López Martínez, F. y Delgado Peña, J. J. (2023). Bulos, redes sociales, derechos, seguridad y salud pública: dos casos de estudio relacionados. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 28, 120-147. https://doi.org/10.35742/rcci.2023.28.e286

Pérez Curiel, C. y Velasco Molpeceres, A. M. (2020). Impacto del discurso político en la difusión de bulos sobre COVID-19. Influencia de la desinformación en públicos y medios. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 65-97. http://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1469

Pérez Escoda, A. y Pedrero Esteban, L. M. (2021). Retos del periodismo frente a las redes sociales, las fake news y la desconfianza de la generación Z. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 67-85. https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1519

Piqueiras Conlledo, P., De Marchis, G. y Cuesta Díaz, V. (2020). Análisis del contenido publicado en YouTube, Facebook e Internet sobre vacunas y anti-vacunas. *Revista de Comunicación y Salud, 10*(1), 67-90. http://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(1).67-90

Potter, I. (2020, 3 de diciembre). *Introducing Citation Topics in InCites*. Clarivate. https://bit.ly/3zhVxAi

Quintana Pujalte, L. y Pannunzio, M. F. (2021). *Fact-checking* en Latinoamérica. Tipología de contenidos virales desmentidos durante la pandemia del coronavirus. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 26, 27-46. https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e178

Reynolds, B., & Seeger, M. (2005). Crisis and Emergency Risk Communication as an Integrative Model. *Journal of Health Communication*, 10, 43-55. https://doi.org/10.1080/10810730590904571

Rodríguez Fernández, L. (2019). Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las *fake news*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1714-1728. http://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1406

Rodríguez Serrano, A., Soler Campillo, M. y Marzal Felici, J. (2021). *Fact checking* audiovisual en la era de la posverdad. ¿Qué significa validar una imagen? *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 19-42. https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1506

Román San Miguel, A., Sánchez-Gey Valenzuela, N. y Elías Zambrano, R. (2022). Los profesionales de la información y las *fake news* durante la pandemia de la COVID-19. *Vivat Academia, Revista de Comunicación*, 155, 131-149. https://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1312

Román San Miguel, A., Sánchez-Gey Valenzuela, N. y Elías Zambrano, R. (2020). Las *fake news* durante el Estado de Alarma por COVID-19. Análisis desde el punto de vista político en la

prensa española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 359-391. www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1481

Ruiz-Fresneda, M. A., Jiménez-Contreras E., Ruiz-Fresneda C., & Ruiz-Pérez R. (2021). Bibliometric Analysis of International Scientific Production on Pharmacologic Treatments for SARS-CoV-2 /COVID-19 During 2020. *Front Public Health, 20*(9), 778203. https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.778203

Salvador-Mata, B. y Cortiñas-Rovira, S. (2023). Cobertura de la COVID-19 en la prensa de calidad. Cuando las portadas alarman y los editoriales tranquilizan. Doxa Comunicación. *Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 36, 65-85. https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1831

Sánchez Castillo, S., López Olano, C. y Peris Blanes, Á. (2023). Política, sanidad y desinformación: argumentos en Instagram de los partidos de extrema derecha europea sobre las vacunas contra la COVID-19. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 210-229. https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1870

Sandman, P. (1993). *Responding to community outrage: Strategies for effective risk communication*. American Industrial Hygiene Association.

Seeger, M. (2006). Best Practices in Crisis Communication: An Expert Panel Process. *Journal of Applied Communication Research, 34*(3), 232-244. https://doi.org/10.1080/00909880600769944

Soós, S., & Kiss, A. (2020). Informetrics and the study of science-society communications: a bibliometric scoping review. *Scientometrics*, 124, 825-842. https://bit.ly/3L23kIF

Soriano, J. (2008). *El efecto Aneca. Investigar la comunicación*. Asociación Española de Investigación de la Comunicación.

Shueb, S., Gul, S., Nisa, N. T., Shabir, T., Ur Rehman, S., & Hussain, A. (2022). Measuring the funding landscape of COVID-19 research. *Library Hi Tech, 40*(2), 421-436. https://doi.org/10.1108/LHT-04-2021-0136

Tague-Sutcliffe, J. (1992). An introduction to informetrics. *Information Processing & Management, 28*(1), 1-3. https://doi.org/10.1016/0306-4573(92)90087-G

Villa Gracia, A. D. y Cerdán Martínez, V. (2020). Bulos durante la pandemia del COVID-19 en España: un estudio a través de Google Trends. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 169-182. www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1473

Waltman, L., Pinfield, S., Rzayeva, N., Oliveira Henriques, S., Fang, Z., Brumberg, J.,Greaves, S., Hurst, P., Collings, A., Heinrichs, A., Lindsay, N., MacCallum, C., Morgan, D., Sansone, S. A., & Swaminathan, S. (2021). Scholarly communication in times of crisis: The response of the scholarly communication system to the COVID-19 pandemic. *Research on Research Institute*. https://doi.org/10.6084/m9.figshare.17125394.v1

Weiner, D. L., Balasubramaniam, V., Shah, S. I., & Joyce R. J. (2020). COVID-19 impact on research, lessons learned from COVID-19 research, implications for pediatric research. *Pediatric Research*, 88, 148-150. https://doi.org/10.1038/s41390-020-1006-3

AUTOR/ES:

Bertran Salvador-Mata
Departamento de Comunicación, Universitat Pompeu Fabra. España.

Profesor asociado del departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra, coordinador de la Cátedra Futurs de la Comunicació y estudiante de tercer año de doctorado en la misma Universidad. Cuenta con una decena de publicaciones en revistas indexadas y cerca de 300 citaciones en Google Scholar. Es actualmente co-director de la revista Comunicació. Revista de Recerca i d'Anàlisi, incluida Web of Science-JCR. Su investigación se ha centrado en el estudio comunicativo de las pseudociencias, el periodismo como disciplina académica en el contexto español y las nuevas formas de periodismo (inteligencia artificial, periodismo automatizado y otras). Es investigador del Observatorio de la Comunicación Científica (UPF) y forma parte del grupo GRECC (UPF).

bertran.salvador@upf.edu

Índice H: 3
Orcid ID: https://orcid.org/0000-0002-0499-0350
Google Scholar: https://scholar.google.es/citations?user=V52uHlwAAAAJ&hl=es
Scopus ID: https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56297493900

Sergi Cortiñas-Rovira
Departamento de Comunicación, Universitat Pompeu Fabra. España.

Profesor agregado, acreditado como catedrático, del departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra. Ha publicado una cincuentena de artículos de investigación en el campo del periodismo, la comunicación científica, el periodismo deportivo y la pseudociencia. Doctor en Comunicación Social, es licenciado en Química y en Periodismo. Es también profesor de la UPF-BSM (Barcelona School of Management). Es el director del Observatorio de la Comunicación Científica y forma parte del grupo GRECC (UPF).

sergi.cortinas@upf.edu

Índice H: 20
Orcid ID: https://orcid.org/0000-0002-7252-5418
Google Scholar: https://scholar.google.es/citations?user=Mp4GHo8AAAAJ&hl=ca
Scopus ID: https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55857016700

Víctor Herrero-Solana
Departamento de Información y Comunicación, Universidad de Granada. España.

Víctor Herrero Solana es catedrático del departamento de Información y Comunicación de la Universidad de Granada. Su campo de especialización es la visualización de datos, la evaluación de la actividad científica, el impacto en los medios y la vigilancia tecnológica con patentes. Cuenta con más de 150 publicaciones en Google Scholar, ha participado en 26 proyectos de investigación, siendo el investigador principal de tres de ellos. Es el líder del grupo SCImago-UGR.

victorhs@ugr.es

Índice H: 33
Orcid ID: https://orcid.org/0000-0003-1142-5074
Google Scholar: https://scholar.google.com/citations?user=OKIleUEAAAAJ
Scopus ID: https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55667326400

Recibido: 09/02/2023. **Aceptado:** 28/03/2023. **Publicado:** 10/05/2023.