



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información
y Nuevos Análisis de Comunicación Social
España

Colle, Raymond

La temática de Revista Latina de Comunicación Social, 1998-2008

Revista Latina de Comunicación Social, vol. 12, núm. 64, 2009, pp. 71-85

Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81911786007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Edita: LAboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 12º – 3ª época - Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad y Departamento de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#)

38071 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Investigación – [forma de citar](#) – [informe revisores](#) – [agenda](#) – [metadatos](#) – [PDF](#) – [Creative Commons](#)

DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-806-71-85

La temática de *Revista Latina de Comunicación Social*, 1998-2008

Revista Latina de Comunicación Social's thematic 1998-2008

Dr. Raymond Colle [[C.V.](#)] Ex profesor de la Pontificio Universidad Católica de Chile y de la Universidad Diego Portales Santiago de Chile - <http://sites.google.com/site/colle>

Resumen: Con más de diez años de vida, *Revista Latina de Comunicación Social* se ha transformado en una importante muestra del pensamiento y de la investigación iberoamericana en materia de comunicación social. Recuperando las palabras clave o, en su defecto, los títulos de los artículos publicados, hemos analizado la temática cubierta y su evolución. La metodología se basa en estadísticas: de palabras (originales), de los campos conceptuales en que se han de reagrupar para aislar los temas tratados y de las coocurrencias de dichos campos en la descripción de cada artículo. En los once años transcurridos, la atención se ha dirigido principalmente hacia la prensa y el periodismo, la televisión y las nuevas tecnologías digitales (Internet).

Palabras clave: Comunicación social; análisis de contenido; red semántica; significado; coocurrencia; concepto: palabras clave; *Revista Latina de Comunicación Social*; AnateX; NetDraw.

Abstract: With more than ten years of life, *Revista Latina de Comunicación Social* has become an important showcase of thought and of Ibero-American research in the field of social communication. Retrieving the keywords or, failing that, the titles of articles published, we have analyzed the issues covered and their evolution. The methodology is based on statistics of words (originals), of the conceptual discussed and the cooccurrences of these fields in the description of each article fields in which they were regrouped to identify the topics. Through eleven years, attention was most payed on the press, journalism, television and new digital technologies (Internet).

Key Words: Social communication; Semantic analysis; semantic network; meaning; cooccurrence, concept; key words; *Revista Latina de Comunicación Social*; AnateX; NetDraw.

Sumario: 1. Introducción. 2. Metodología. 2.1. Análisis estadístico. 2.2. Graficación. 3. Etapas de análisis. 4. Resultados. 4.1. Términos. 4.2. Temas. 4.2.1. Frecuencias netas. 4.2.2. Variación anual. 4.3. Coocurrencias. 4.4. Observaciones. 5. Conclusión. 6. Bibliografía.

Summary: 1. Introduction. 2. Methodology. 3. Statistical analysis. 2.2. Graphing. 3. Stages of analysis. 4. Results. 4.1. Terms. 4.2. Themes. 4.2.1. Absolute frequencies. 4.2.2. Yearly variation. 4.3. Cooccurrences. 4.4. Comments. 5. Conclusion. 6. References.

Traducción supervisada por la Prof. **Dra. María Luz González** (ULL)

1. Introducción

Revista Latina de Comunicación Social cumple ya más de diez años de existencia. Partió en 1998 con una edición mensual, sumando ese año más de 140 artículos. En 2001, 2002 y 2003, hubo ediciones que cubrieron varios meses. En julio de 2003, la edición se hizo semestral, hasta fines de 2005, después de lo cual se optó por una edición anual, aunque actualizándose cada vez que se aceptaba un nuevo artículo. La frecuencia de publicación –y el número de artículos– bajó notoriamente en los años 2003 y siguientes, para repuntar en 2008, con mayor número de artículos recibidos (63) y publicados (42).

A través de sus diversos índices es relativamente fácil observar la cantidad de autores que han participado y la cantidad de artículos publicados (cerca de 800). Pero no es tan fácil descubrir cuáles son los temas que han interesado más frecuentemente a los autores (y lectores) de *Latina* ni si ha existido alguna evolución de los mismos. Es lo que nos ha llevado a planear la presente investigación, haciéndonos las siguientes preguntas: ¿Qué temas han sido abordados más frecuentemente? ¿Ha habido alguna evolución significativa año tras año (por ejemplo con el avance de Internet)? ¿Hay puntos comunes entre los diversos artículos? ¿Cuáles?

La nuestra es, por lo tanto, una investigación exploratoria, que partió sin ninguna hipótesis definida, como ha de ocurrir muchas veces en el análisis de contenido.

2. Metodología

Al plantearnos descubrir la temática de *Revista Latina de Comunicación Social*, nos vemos llevados a realizar algún tipo de Análisis de Contenido. No nos extenderemos aquí sobre los aspectos generales de la teoría correspondiente y sus avances históricos desde fines del siglo XIX y más especialmente desde Berelson y Lazarsfeld (1948), con múltiples textos al respecto, como los de Osgood (1957), Holsti (1969), Mucchielli (1974) y Krippendorff (1980) (ver López: 2002 y Marzal y Moreira: 2001). Los procedimientos que hemos utilizados son esencialmente estadísticos y gráficos y nos referiremos más adelante al origen y desarrollo del análisis automático (computacional) al que hemos recurrido.

2.1. Análisis estadístico

El análisis estadístico comprende dos partes:

1. Cálculo de frecuencia de aparición (ocurrencia) de palabras. Este tipo de cálculo se utiliza frecuentemente en análisis de contenido, dado que es comúnmente aceptado que la frecuencia de las palabras es una medida del grado de importancia de los conceptos aludidos. Así, el mero recuento de los términos utilizados proporciona información significativa en torno a los conceptos priorizados por los autores. Esto, a su vez, es un elemento necesario (pero no necesariamente suficiente) para la definición del diccionario o código conceptual necesario para la etapa final del análisis matemático.

2. Cálculo de coocurrencia de conceptos, como medio para acceder a la descripción del sentido del discurso (o del conjunto textual analizado), extrayendo la estructura semántica subyacente. Para ello, se orienta hacia la búsqueda y el análisis de las interrelaciones de los términos significativos y, de este modo, hacia una explicitación precisa y estructurada de los significados centrales del conjunto.

El análisis de coocurrencia aplicado en el campo del análisis semántico tiene la ventaja de no limitarse a la identificación y suma atomizada de los componentes significativos. Al contrario, le es propio reconocer una importancia fundamental a las relaciones entre dichos componentes, para lo cual considera siempre pares de componentes, midiendo la simultaneidad de su aparición en conjuntos significativos predeterminados. Típicamente, aquí, el conjunto significativo considerado es la oración (definida pragmáticamente como el conjunto de términos que se termina con un punto) y cada par de palabras en el interior de esta unidad gramatical constituye una coocurrencia. Así, si la oración se compone de seis palabras, existirán en ésta quince coocurrencias o pares de palabras. Por cierto el sistema es aplicable a cualquier conjunto con valor semántico, y no sólo a textos. Así, por ejemplo, Hudrisier lo utilizó en Francia para generar sistemas de clasificación de fotografías.

Este procedimiento puede aplicarse a conjuntos de variadas dimensiones (dependiendo de la memoria RAM del ordenador utilizado), obteniendo como resultado una matriz de coocurrencia (tabla de doble entrada en que los conceptos se relacionan unos con otros). Como el tamaño de ésta crece rápidamente, corresponde al analista limitar el número de términos a considerar. Por ello se eliminan todas las palabras no significativas (artículos, pronombres, etc.) y se procede a establecer agrupaciones de términos que se consideraron como formas diferentes de representar un mismo concepto (campos conceptuales). Un campo conceptual se entiende «compuesto por unidades léxicas unidas por relaciones de naturaleza diversa en la lengua en uso, ya sea por relación semántica paradigmática, por asociaciones dadas por la cultura o por el conocimiento del mundo». (García: 1990: 103). En el presente caso, el software utilizado (Anatex3, ver Colle: 2005) permite definir la cantidad de campos conceptuales que se desee, cada uno a su vez compuesto del número de términos que sea necesario. Esto corresponde a la técnica de los "diccionarios" - como el clásico "Diccionario de Lasswell" y otros - utilizados por múltiples sistemas de análisis computacional del discurso (p.ej. el Minnesota Contextual Content Analysis, cfr. Litkowski y McTavish: 2001).

Después de analizar el superconjunto, se tendrá información acerca todas las coocurrencias reales, lo cual puede poner en evidencia procesos psicológicos subyacentes a la formulación del discurso, estrechamente vinculados al carácter semántico de la comunicación. Estas interrelaciones, además, al unirse entre sí conforman una red, que –al dibujarse– puede poner en evidencia sub-áreas y términos más importantes por su centralidad o por una función de unión entre sub-áreas. Esta técnica se origina en antiguas hipótesis del conductismo sobre el significado de las palabras, mejoradas luego con los aportes del llamado Modelo de Red Semántica de Collins y Quillian, establecido por dichos autores en 1969, pero corregido posteriormente de diversas maneras (cfr. Harley: 2008). El primer programa computacional de representación de una red semántica se debe a Richard H. Richens del Cambridge Language Research Unit (1956), sistema luego desarrollado por Robert F. Simmons en la System Development Corporation en los años 1960. Con la generalización del uso la computación en múltiples disciplinas, en los años ochenta y siguientes, se han multiplicado los trabajos de análisis computacional de redes semánticas. (cfr. Kleinnijenhuis: 2007)

2.2. Graficación

El software Anatex que hemos utilizado proporciona las tablas de coocurrencia (tanto la matriz general como el listado de pares asociados) a partir del diccionario conceptual definido por el investigador pero no es capaz de graficar el mapa que representaría las interrelaciones. Para ello se recurrió a NetDraw, un software especializado de gráfica vectorial (Borgatti:2002). Dos procedimientos son de importancia aquí:

- a. la simplificación del grafo, es decir la búsqueda de la óptima ubicación de cada elemento para evitar al máximo el cruce de los arcos (líneas que representan las relaciones de coocurrencia);
- b. la selección de «umbrales» donde detener la inclusión o exclusión de nuevos términos en un determinado mapa.

Es evidente que si se incluyen en un mapa todos los conceptos de un discurso, el mapa se hará ilegible y dejaremos de cumplir el objetivo de extraer la estructura organizadora y los subcampos semánticos medulares del mismo. Existe por lo tanto la necesidad de proceder por etapas, partiendo por las coocurrencias más frecuentes y construyendo varios grafos,

correspondientes a diferentes niveles de frecuencia o bien, a la inversa, graficar toda la red y esconder los vínculos menos frecuentes. El software de análisis de redes, como NetDraw, procede generalmente de este modo, registrando la totalidad de la red, y ofrece procedimientos específicos para el análisis de ésta, como la selección sobre la base de atributos (como ciertas características de los integrantes o categorías que se hayan establecido previamente) y, en particular, del peso relativo de los vínculos (frecuencias) entre los nodos (integrantes de la red). Así, se pueden seleccionar umbrales de frecuencia que ponen en evidencia grupos, subgrupos y elementos tanto centrales como marginales (y, por lo tanto, poco significativos).

3. Etapas de análisis

Corpus: En una primera etapa se seleccionaron las palabras clave de todos los artículos que las tenían, publicados desde enero de 1998 hasta diciembre de 2008. En los casos en que no había palabras clave se registraron como tales los títulos (lo cual es a veces menos preciso y menos completo). Fue el caso en las ediciones de enero a mayo de 1998, julio-agosto y diciembre 2001, todo 2002, 2003 y 2004 y enero-junio 2005.

Tratamiento de las palabras clave: Se consideraron todas las palabras por separado excepto en el caso de nombres propios (de personas, organismos o publicaciones). Así, por ejemplo, para los efectos del análisis, «medio de comunicación» se compone de «medio» y «comunicación». Ésto es indispensable para un correcto análisis semántico de la temática. Al contrario, siendo nombres propios, «La Gaceta de Galicia» se transforma en «La-Gaceta-de-Galicia» y «Facultad de Ciencias de la Información» en «Facultad-de-Ciencias-de-la-Información». En los (escasos) casos en que las palabras clave estaban exclusivamente en otro idioma, se tradujeron al español.

Las palabras clave (o títulos, en su defecto) de cada artículo fueron luego tratadas como un conjunto (como si fuese una oración) ya que es solo dentro de este conjunto que la coocurrencia tiene sentido. Los conjuntos de todos los artículos de un mismo año fueron agrupados como si formasen un sólo «discurso», a fin de poder estudiar la evolución histórica de la revista.

Para cada uno de estos «discursos» se pasó entonces a la segunda etapa, consistente en un análisis automático de frecuencia de las palabras contenidas en el corpus completo (eliminando automáticamente las palabras vacías como artículos, preposiciones, pronombres, etc., conforme a lo expuesto en la Metodología). La lista obtenida sirvió básicamente para pasar a la confección del diccionario conceptual a utilizar en la siguiente fase.

Posteriormente se condensó manualmente este listado procediendo a establecer agrupaciones de términos que se consideraron como formas diferentes de representar un mismo concepto (campos conceptuales). Se definió de este modo el Diccionario necesario para la siguiente etapa automática, el cual contiene 57 campos conceptuales (Ver Anexo 1), seleccionados en razón de la frecuencia de ocurrencia de los mismos (fr > 5, o sea haber aparecido en promedio al menos en la mitad de los años de publicación). Estos campos conceptuales son los «temas» de Latina que nos interesa conocer. Esta fase es obviamente la más subjetiva del trabajo, aunque se basa en algunos principios semánticos. (Véase el Anexo 1 para juzgar).

Disponiendo de este Diccionario, se aplicó en forma automática a cada «discurso» (conjunto anual) un análisis estadístico de los campos presentes. Este análisis anual, cuyos resultados fueron vertidos a una hoja de cálculo, permitió así investigar la evolución histórica de la temática.

Posteriormente se pasó al análisis de coocurrencia, consistente en crear una matriz en que se suman las coocurrencias de todos los campos conceptuales, la unidad de análisis siendo el conjunto de palabras clave correspondiente a cada artículo. En otras palabras, se registran todas las palabras del conjunto, se verifican cuales están en el «Diccionario» y se suma el caso en el registro del cruce de cada campo conceptual con los demás campos aludidos en la misma unidad analizada.

Los resultados de esta etapa están constituidos por pares de campos conceptuales con su respectiva frecuencia de coocurrencia (Ver ejemplos más adelante). Los resultados, correspondientes a cada año, se pasaron también a una hoja de cálculo a fin de poder compararlos y, con la sumatoria, obtener los resultados para todo el período considerado.

Contando con estos pares y su frecuencia, pasamos a representar las relaciones entre campos conceptuales (los «temas» de Latina) en forma gráfica, tal como se hace en sociometría para representar las relaciones grupales y las estructuras de liderazgo. Se obtiene así un mapa semántico, que representa no sólo los campos más frecuentes (cosa que se puede lograr con el primer análisis estadístico mencionado, pero de baja significación semántica) sino más particularmente la estructura de interrelaciones y el grado de centralidad de estos campos conceptuales en el discurso total analizado, lo cual no aparece siempre a la vista por mera lectura.

Los cálculos se realizaron utilizando el software ANATEX, una aplicación desarrollada originalmente en la Pontificia Universidad Católica de Chile (en 1988 para la plataforma Macintosh y actualizada por este autor en 2005 para el sistema operativo Linux), destinada a facilitar operaciones vinculadas al análisis de textos, tanto en el campo del análisis de contenido como en lingüística y otras áreas vinculadas a las anteriores como la hermenéutica y la exégesis. Realizados los dos tipos de operaciones de cálculo necesarios en la presente investigación -primero la estadística de palabras y luego la estadística de campos conceptuales coocurrentes- pasamos a la graficación utilizando NetDraw (Borgatti, 2002).

4. Resultados

4.1. Términos

Hemos registrado más de 1.700 términos (palabras claves o palabras significativas en títulos). Las diez más frecuentes fueron las siguientes ('España' y 'nuevo' tienen la misma frecuencia):

Tabla 1. Términos más frecuentes

--

prensa
comunicación
periodismo
información
televisión
medio
México
internet
ética
España
nuevo

A partir de estas palabras, reagrupándolas, hemos confeccionado la lista de temas (campos conceptuales) abordados. Ya hemos señalado que hemos limitado esta lista a los temas que han aparecido en promedio al menos en el 50% de los años de publicación (frecuencia superior a 5), lo cual era indispensable debido a la enorme cantidad de temas que aparecieron solamente una o dos veces. Sin embargo, es indispensable recordar que los temas consisten, en múltiples casos, en la reagrupación de múltiples términos. Así, por ejemplo, en el tema «educación» reagrupamos 12 términos asociados que aparecieron muchas veces con una bajísima frecuencia:

educación = { educación, educar, educativa, educativo, docencia, enseñanza, escolar, escolares, estudiantes, formación, profesor, profesorado }

Al contrario, ante la -esperable- alta cobertura del tema del periodismo, preferimos subdividirlo en varios subtemas:

- periodismo = { fotoperiodismo, periodismo, periodística, periodístico, periodista, periodistas }
- prensa = { diario, diarios, imprenta, impreso, impresos, periódicos, prensa, publicaciones, revista, revistas, semanario }

4.2. Temas

4.2.1. Frecuencias netas

A partir del diccionario definido, hemos obtenido la siguiente estadística de frecuencia de los temas (limitada aquí a los que aparecieron más de 10 veces):

Tabla 2. Temas más frecuentes

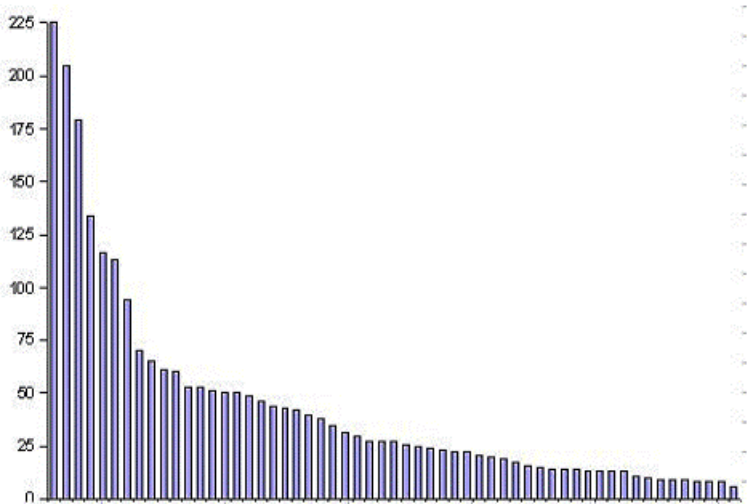
Tema	Frec.	%*
comunicación	225	9,7
periodismo	205	8,3
prensa	179	7,2
información	134	5,4
medio	116	4,7
televisión	113	4,6
internet	94	3,8
España	70	2,8
política	65	2,6
tecnología	61	2,5
nuevo	60	2,4
digital	53	2,1
educación	53	2,1
publicidad	51	2,1
ética	50	2,0
social	50	2,0
Argentina	49	2,0
cine	46	1,9
público	44	1,8
cultura	43	1,7
México	42	1,7
iconografía	40	1,6
global	38	1,5
ciencia	35	1,4
radio	31	1,3
infografía	30	1,2
audiovisual	27	1,1
ciber	27	1,1
investigación	27	1,1
historia	26	1,0
elección	25	1,0

* Estos porcentajes se han establecido en base al total de temas citados a diferencia de la tabla del Anexo 2, donde los porcentajes corresponden al número de artículos. (Se incluyen aquí solamente los porcentajes >1)

Los cuatro primeros temas son lógicamente los más genéricos, ligados a la temática global de la revista, siendo el periodismo el dominante (prensa+periodismo=313, o sea aproximadamente 28,5 veces por año). Pasando luego a temas más específicos, vemos que la televisión ha sido el medio que ha acaparado más la atención (113, seguido de Internet (Internet+web=107, lo cual se acerca mucho al tema de la televisión), ocupando también una importante posición países como España, Argentina y México (citados por su nombre o su gentilicio). Las otras naciones más frecuentemente citadas han sido Costa-Rica, Venezuela, Canarias y Brasil. Como medio de comunicación específico, solo ha aparecido más de cinco veces el diario El País (14). Es interesante ver que la ética también ha concitado frecuentemente el interés (50). Si unimos los dos temas asociados a la imagen (excluyendo la televisión), iconografía e infografía, obtenemos también una alta representación (70).

El gráfico que sigue representa visualmente la Tabla 2, dando una mejor idea de la variación proporcional de las frecuencias: Permite ver con qué «rapidez» bajan las altas frecuencias, mientras se multiplican las bajas, lo cual anticipa el fenómeno que encontraremos a analizar graficamente las interrelaciones entre los temas.

Gráfico 1: Temas por frecuencia



4.2.2. Variación anual

Si observamos la distribución de los temas a través del tiempo (año por año) y la ponderamos de acuerdo al número de artículos registrados cada año –para poder estudiar la evolución histórica– obtenemos una distribución que registra numerosas variaciones. La comunicación, la información, los medios, Internet y la ética han sido, proporcionalmente, más citados en los tres o cuatro últimos años. Pero no es posible observar una evolución sistemática de los intereses: las variaciones anuales son muy irregulares y las cifras, además, no son siempre comparables por cuanto durante algunos años no hubo palabras clave y operamos con los titulares (Ver Anexo 2). Tampoco es posible hacer aquí deducción alguna acerca de la influencia que pudo haber tenido el paso a la «Segunda Época» (2006) sobre la temática, debido a las variaciones anteriores.

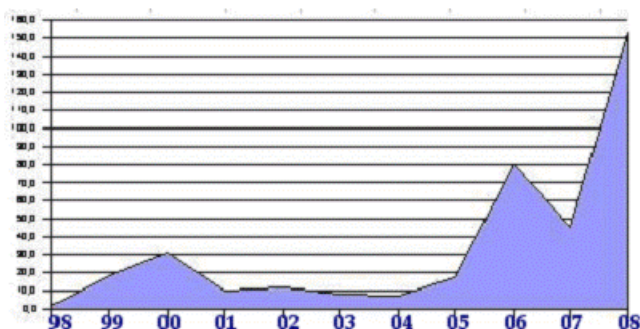
Nos interesaba particularmente lo ocurrido con el tema general de las «Nuevas Tecnologías». Ésto implica, de acuerdo a nuestro Diccionario, considerar los temas específicos Ciber, Digital, Internet, Web y el par asociado Nuevo+Tecnología. La suma anual y su transformación en porcentajes de artículos que contienen estos diferentes campos conceptuales se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 3. Nuevas Tecnologías

Año	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Frec.netas	3	26	45	9	10	3	2	5	16	9	64
Frec. pond. por nº de artic.	2,1	17,8	30,8	9,9	11,9	8,1	6,9	17,2	80,0	45,0	152,4

Tómese en cuenta que las frecuencias netas no indican el número de artículos, sino la suma de las frecuencias de los temas, varios de éstos pudiendo aparecer como descriptores de un mismo artículo. La misma distorsión se presenta al calcular la ponderación por la cantidad de artículos (por lo cual también la frecuencia ponderada supera 100 en 2008). Como se puede observar, fue en el año 2008 que se abordó más frecuentemente esta temática. En los once años considerados, la variación ha sido totalmente irregular, como en los demás casos. (Tómese en cuenta que desde el segundo semestre de 2001 hasta el primer semestre de 2005 no hubo palabras clave y se procesaron títulos).

Gráfico 2: Evolución del interés por las NTICS (ponderado; según Tabla 3)



4.3. Coocurrencia de temas

Dado que la descripción de los artículos implicaba el uso de múltiples términos, era importante analizar la interrelación de los temas señalados en cada caso. Es lo que se obtiene mediante el análisis de coocurrencia, el que arrojó los siguientes resultados a nivel general y por frecuencia decreciente (Tabla completa en Anexo):

Tabla 4. Coocurrencias más frecuentes

	49
comunicación medio	32
comunicación información	27
comunicación periodismo	26
ciber internet	22
comunicación política	22
comunicación prensa	22
España prensa	20
comunicación tecnología	17
audiovisual comunicación	16
Argentina medio	16
ciber periodismo	15
comunicación ética	15
comunicación nuevo	15
comunicación social	14
España televisión	13
ciencia periodismo	13
comunicación público	12
ciber digital	12
comunicación publicidad	12
El-País prensa	11
comunicación educación	11
comunicación internet	11
digital internet	11
información periodismo	

Los cuatro primeros casos muestran asociaciones bastante obvias. Sin embargo, el primer caso no significa necesariamente «medio de comunicación»: la asociación significa solamente que los dos temas aparecen en un mismo artículo, sea unidos con la preposición «de» sea de otra forma. Lo mismo vale para «comunicación social» y los otros pares. Es de esta forma que deben interpretarse todos los resultados relativos a la coocurrencia.

La principal observación es que la repetición de los mismos pares asociados es bajísima en comparación con el número de artículos publicados, lo cual es un indicio de la alta diversidad de los mismos. Son 239 los pares coocurrentes que aparecen una sola vez y 89 los que aparecen dos veces. Debemos reconocer que hemos sido sorprendido por este resultado, esperando coocurrencias más frecuentes. Se explica –solo en parte– por el importante número de artículos que no cuenta con palabras clave: en estos casos el número de términos correspondientes al diccionario de campos conceptuales (temas) es mucho menor y, por lo tanto, las coocurrencias muy escasas.

Las relaciones se observan mejor cuando se construye, gráficamente, la red de interrelaciones, siempre que se limiten los arcos (líneas que muestran las relaciones) en función de la frecuencia, aquí todos los casos con $F > 4$ (el gráfico con frecuencias inferiores resulta ilegible e ininterpretable):

Gráfico 3: Interrelaciones temáticas (>4)

Varios otros aspectos pueden notarse, aunque recordando siempre que las frecuencias son bajas, como el interés por la educación en Canarias (Gráfico 3) o la ética en la comunicación.

4.4. Observaciones

Uno de los problemas detectados es el aparente desconocimiento por muchos autores de las reglas bibliotecológicas que rigen la elección y formulación de descriptores (palabras clave) como, por ejemplo, el no usar plurales salvo en nombres propios y en algunas expresiones consagradas (como «nuevas tecnologías»), evitar palabras repetidas, etc.

Algunos autores han incluido en sus palabras clave términos como «Investigación» o, como lo hemos hecho también aquí, «Análisis de contenido», lo cual no ha sido una práctica común. No nos parece obvio que el tipo de trabajo o la metodología utilizada deban mencionarse en las palabras clave, pero la ausencia de una norma y de una nomenclatura preestablecida no facilita una solución.

Otro problema es la falta de normalización de las palabras clave utilizadas, ya que son inventadas por los autores, lo cual lleva a una importante dispersión semántica. Era probablemente muy difícil establecer un listado tipo antes de poner en marcha la revista y las palabras clave se agregaron ya avanzada su publicación, aunque no en toda su historia. Gracias a la presente investigación, sería posible avanzar eventualmente hacia una normalización, sea utilizando una mera Lista de Autoridades sea un Tesauro (lo cual es más complejo), donde los autores o editores podrían escoger los términos, pero ello depende obviamente de una decisión editorial.

5. Conclusión

El proyecto original contemplaba solamente el análisis de las palabras clave, pero el número de artículos que no contaba con ellas resultó ser demasiado alto para ignorar éstos. Por ello utilizamos los títulos en los casos en que no había palabras clave, prefiriendo esta fuente mixta al uso exclusivo de los títulos, menos detallados y menos precisos.

Como era de esperar, los resultados indican que los artículos publicados son altamente coherentes con los objetivos de la revista. Los cuatro temas más genéricos son los más frecuentes, cubriendo el 30% de los términos definitorios utilizados por los autores. Aunque podría parecer obvio que se destaquen de este modo, también se podría estimar que indican una tendencia demasiado elevada de los autores por incluir términos que poco precisan.

En síntesis, en los once años transcurridos, la atención se ha dirigido principalmente hacia la prensa y el periodismo, la televisión y las nuevas tecnologías digitales (Internet). También ha habido un interesante grupo de artículos relativos a la expresión gráfica. Se destacan España, Argentina y México como los países más aludidos siendo, probablemente, los países de donde se han recibido más artículos.

6. Bibliografía

Borgatti, S.P., 2002: *NetDraw: Graph Visualization Software*, Harvard: Analytic Technologies.

Colle, R., 2005: *Anatex 3.0, Software de análisis de coocurrencias para plataforma LAMP (Linux-Apache-MySQL-PHP)*, Santiago de Chile: Ver detalles en <http://sites.google.com/site/colle/Home/anatex>

----- 2002: *Explotar la información noticiosa*, Madrid: Universidad Complutense, Depto. De Biblioteconomía y Documentación.

Dürsteler, J.C., 2004: «Mapas Conceptuales», en *Infovisnet mensaje* 141, http://www.infovis.net/Revista/num_141

Gaines, B. & Shaw, M.: *Concept Maps as Hypermedia Components*, Calgary: University of Calgary, [http://ksi.cpsc.ucalgary.ca/articles/ConceptMaps/\(no fechaado\)](http://ksi.cpsc.ucalgary.ca/articles/ConceptMaps/(no%20fechaado))

García Gutiérrez., A., 1990: *Estructura lingüística de la documentación*, Murcia: Ed.Universidad de Murcia.

Harley, T. A. (2008). *Word meaning*, East Sussex, UK: Psychology Press.

Kleinnijenhuis, J., 2007: *Semantic network analysis: old ideas and new means to master the information society*, Universidad de Amsterdam, http://www.ictonderzoek.net/3/assets/File/SIREN%202008/SIREN2008_Kleinnijenhuis.pdf

Litkowski, K. & McTavish, D., 2001: *Minnesota Contextual Content Analysis system*, <http://www.cres.com/cata/>

López, F. , 2002: «El análisis de contenido como método de investigación», en XXI. *Revista de educación*, 2002, n.4, 167-180.

Marzal, M.A. y Moreira, J.A., 2001: «Modelos teóricos y elementos funcionales para el análisis de contenido documental: definición y tendencias», en *Investigación bibliotecológica*, n.15, (31), 125-162.

Neuendorf, K.A., 2002: *The Content Analysis Guidebook*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.

Piñuel, J.L., 2002: «Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido», en *Estudios de Sociolingüística* 3(1), pp. 1-42, <http://personales.jet.es/pinuel.raigada/A.Contenido.pdf>

Poibeau, T. & Dutoit, D., 2002: «Inferring knowledge from a large semantic network», Proceeding of the Semantic networks workshop, during the Computational Linguistics Conference (COLING 2002), Taipei, Taiwan.

West, M. D. (ed.), 2001: *Theory, Method, and Practice in Computer Content Analysis. (Progress in Communication Sciences, Volume 16)*. Westport, CT/London: Ablex Publishing.

Anexo 1: Diccionario

Argentina = Argentina, argentinos

audiovisual = audiovisual
 Brasil = Brasil, Brazil
 Canarias = Canarias, canario, canarios
 ciber = ciber, cibercultura, cybermedios, cibernética, cyberperiodismo, ciberusuarios
 ciencia = ciencia, ciencias, científicos
 cine = cine, cinefilia, cinematografía, cinematográfica, cinematográficas, cinematográfico, fílmico, filmografía
 comunicación = comunicación, comunicacional, comunicaciones, comunicar, comunicativa, comunicativo, comunicativos
 comunicador = comunicador, comunicadora, comunicadores, comunicólogos, informadores
 Costa-Rica = Costa-Rica, costarricense, costarricenses
 Cuba = Cuba
 cultura = cultura, cultural, culturales, culturas
 democracia = democracia, demócratas, democrática, democrático, democratización
 desarrollo = desarrollo
 digital = digital, digitales, digitalización
 discurso = discursiva, discursivas, discurso
 economía = economía, económica, económico
 edición = edición, ediciones
 educación = docencia, educación, educar, educativa, educativo, enseñanza, escolar, escolares, estudiantes, formación, profesor, profesorado
 El-País = El-País
 elección = elección, elecciones, electoral, electorales
 España = España, español, española, españoles
 Estados-Unidos = EEUU, Estados-Unidos, USA
 ética = deontología, deontológicos, ética, Etica, éticos, valor, valorativa, valores
 fotografía = fotografía, fotográfica, fotógrafos, foto, fotos
 global = global, globalidad, globalización
 gráfica = dibujo, gráfica, gráfico, gráficos, grafismo, grafistas
 guerra = guerra
 hipermedia = hipermedia, hipermedial, hipermedio, hipertexto, hipertextual
 historia = historia, histórica, históricas, histórico, históricos
 iconografía = iconicidad, icónico, icónico-verbal, icónicos, iconografía, iconográfico, ideografía, imagen, imágenes
 identidad = identidad, identidades, identificación
 industria = industria, industrial, industrializados
 infografía = infografía, infográficos, infoperiodismo, megagráficos, megainfografía
 información = información, informativa, informativas, informativo, informativos
 informática = computador, informática, ordenador
 internet = en-línea, enlínea, internet, Internet2, on-line, red
 investigación = investigación
 local = local
 medio = media, medias, mediática, mediático, mediáticos, medio, medio-portal, medios
 mensaje = mensaje, mensajes
 Metro-Golwyn-Mayer = Metro-Golwyn-Mayer
 México = mexicana, mexicanos, México, Mexico
 noticia = noticia, noticias, noticieros, noticioso
 nuevo = nueva, nuevas, nuevo, nuevos
 periodismo = fotoperiodismo, periodismo, periodista, periodistas
 política = política, políticas, político, políticos
 prensa = diario, diarios, imprenta, impreso, impresos, periódicos, periodística, periodístico, prensa, publicaciones, revista, revistas, semanario
 propaganda = propaganda, propagandistas, propagandístico
 publicidad = publicidad, publicitaria, publicitario
 público = pública, públicas, público, públicos
 radio = radio, radiofónico, radiofónicas, radiofónico
 social = social, sociales
 tecnología = tecnología, tecnologías, tecnológica, tecnológico, tecnológicos
 televisión = televisión, televisivas, televisivo, televisivos, televisoras, televisual, TV
 teoría = teoría, teorías, teórica
 Venezuela = venezolana, venezolano, venezolanos, Venezuela.

Anexo 2: Porcentajes de artículos por tema

Tema	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	TOT.
Argentina	6,3	5,5	13,0	4,4	1,2	0,0	3,4	6,9	5,0	0,0	9,5	6,2
audiovisual	4,2	5,5	2,7	0,0	1,2	2,7	0,0	0,0	5,0	5,0	11,9	3,4
Brasil	2,1	4,1	0,7	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0	5,0	0,0	4,8	1,8
Canarias	6,3	0,0	0,7	0,0	4,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,4	1,9
ciber	0,0	0,7	0,7	1,1	0,0	0,0	0,0	3,4	25,0	0,0	42,9	3,4
ciencia	2,1	4,8	4,8	5,5	4,8	5,4	0,0	6,9	0,0	10,0	7,1	4,4
cine	6,9	9,6	6,8	2,2	2,4	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	16,7	5,8
comunicación	25,7	20,5	17,8	22,0	17,9	13,5	10,3	37,9	55,0	45,0	138,1*	28,6
comunicador	0,7	0,0	0,7	2,2	2,4	0,0	0,0	3,4	0,0	0,0	2,4	1,0
Costa-Rica	2,1	4,8	4,1	2,2	6,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,9
Cuba	1,4	1,4	1,4	0,0	1,2	0,0	0,0	3,4	0,0	0,0	2,4	1,1
cultura	2,8	6,2	5,5	5,5	6,0	2,7	0,0	3,4	0,0	20,0	14,3	5,5

democracia	0,7	2,1	3,4	1,1	2,4	2,7	0,0	3,4	10,0	0,0	11,9	2,7
desarrollo	4,2	0,0	0,7	0,0	0,0	5,4	0,0	0,0	0,0	5,0	0,0	1,3
digital	0,0	3,4	8,2	1,1	3,6	0,0	0,0	6,9	25,0	20,0	50,0	6,7
discurso	2,1	0,7	0,7	1,1	1,2	5,4	6,9	0,0	10,0	0,0	16,7	2,5
economía	0,7	2,1	0,7	2,2	0,0	2,7	0,0	0,0	5,0	5,0	9,5	1,8
edición	2,1	1,4	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,8	1,0
educación	11,1	4,1	6,8	4,4	2,4	0,0	6,9	6,9	0,0	20,0	16,7	6,7
El-País	3,5	0,7	0,7	1,1	1,2	2,7	3,4	3,4	0,0	0,0	4,8	1,8
elección	1,4	0,7	5,5	3,3	1,2	2,7	6,9	0,0	10,0	5,0	9,5	3,2
España	7,6	7,5	7,5	4,4	4,8	5,4	6,9	6,9	20,0	15,0	38,1	8,9
Estados- Unidos	0,0	4,1	1,4	0,0	0,0	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1
ética	2,1	2,7	8,2	4,4	3,6	2,7	6,9	3,4	25,0	15,0	28,6	6,3
fotografía	2,1	2,7	5,5	0,0	0,0	2,7	0,0	0,0	5,0	0,0	11,9	2,8
global	1,4	5,5	4,8	4,4	3,6	2,7	3,4	3,4	15,0	5,0	16,7	4,8
gráfica	3,5	1,4	4,8	0,0	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,1	2,4
guerra	4,2	4,8	2,1	1,1	2,4	2,7	0,0	0,0	0,0	5,0	2,4	2,8
hipermedia	2,1	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	3,4	0,0	0,0	0,0	7,1	1,4
historia	4,2	2,1	2,7	7,7	1,2	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	9,5	3,3
iconografía	2,8	6,2	6,8	5,5	3,6	0,0	3,4	3,4	5,0	0,0	14,3	5,1
identidad	0,0	2,7	0,7	2,2	0,0	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	2,4	1,1
industria	1,4	2,1	0,0	0,0	1,2	0,0	0,0	3,4	0,0	0,0	2,4	1,0
infografía	7,6	5,5	2,7	0,0	1,2	5,4	3,4	3,4	0,0	0,0	4,8	3,8
información	16,0	13,0	9,6	11,0	14,3	10,8	13,8	6,9	35,0	30,0	78,6	17,0
informática	2,1	0,7	0,7	0,0	0,0	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8
internet	0,7	8,2	17,8	6,6	8,3	8,1	6,9	6,9	30,0	25,0	57,1	11,9
investigación	3,5	5,5	2,7	2,2	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0	2,4	3,4
local	3,5	2,1	6,2	3,3	3,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,4	3,0
medio	9,7	9,6	10,3	11,0	14,3	8,1	10,3	3,4	40,0	25,0	73,8	14,7
mensaje	0,0	3,4	0,7	4,4	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,8	1,6
México	3,5	3,4	9,6	12,1	3,6	0,0	0,0	3,4	0,0	10,0	2,4	5,3
noticia	0,0	0,7	2,1	0,0	3,6	2,7	0,0	0,0	5,0	0,0	9,5	1,6
nuevo	8,3	8,9	2,7	4,4	4,8	13,5	17,2	10,3	5,0	15,0	14,3	7,6
periodismo	24,3	17,1	25,3	24,2	17,9	13,5	13,8	10,3	45,0	35,0	102,4*	26,0
política	4,2	2,7	6,8	8,8	2,4	10,8	6,9	10,3	25,0	15,0	42,9	8,2
prensa	22,2	25,3	17,1	11,0	21,4	10,8	13,8	17,2	30,0	15,0	83,3	22,7
propaganda	2,8	0,0	0,7	0,0	2,4	8,1	3,4	0,0	5,0	5,0	7,1	2,0
publicidad	3,5	0,7	7,5	3,3	7,1	2,7	0,0	0,0	0,0	5,0	54,8	6,5
público	2,8	6,8	3,4	3,3	3,6	5,4	3,4	3,4	5,0	30,0	19,0	5,6
radio	10,4	2,7	2,1	2,2	0,0	2,7	3,4	0,0	0,0	20,0	2,4	3,9
social	2,8	4,1	3,4	1,1	6,0	10,8	6,9	20,7	5,0	10,0	33,3	6,3
tecnología	9,0	9,6	2,1	3,3	4,8	0,0	3,4	6,9	25,0	10,0	33,3	7,7
televisión	18,1	12,3	15,1	5,5	4,8	0,0	10,3	3,4	25,0	40,0	50,0	14,3
teoría	2,8	0,0	0,0	0,0	1,2	2,7	3,4	0,0	5,0	10,0	7,1	1,3
Venezuela	3,5	2,1	0,7	0,0	1,2	5,4	6,9	0,0	5,0	0,0	4,8	2,2
web	0,0	3,4	4,1	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,4	1,6

* Por efecto de agregación de términos en los campos conceptuales, es perfectamente posible que le total sea superior a 100.

Anexo 3. Coocurrencias (Frecuencias >1)

comunicación medio	49
comunicación información	32
comunicación periodismo	27
cíber internet	26
comunicación política	22
comunicación prensa	22
España prensa	22
comunicación tecnología	20
audiovisual comunicación	17
Argentina medio	16
cíber periodismo	16
comunicación ética	15

comunicación nuevo	15
comunicación social	15
España televisión	14
ciencia periodismo	13
comunicación público	13
cíber digital	12
comunicación publicidad	12
El-País prensa	12
comunicación educación	11
comunicación internet	11
digital internet	11
información periodismo	11
Argentina comunicación	10
audiovisual televisión	10
comunicación digital	10
comunicación investigación	10
información prensa	10
Argentina televisión	9
ciencia información	9
Argentina prensa	8
Brasil comunicación	8
comunicación Costa-Rica	8
elección México	8
gráfica publicidad	8
Argentina periodismo	7
audiovisual información	7
audiovisual nuevo	7
comunicación cultura	7
comunicación global	7
comunicación local	7
cultura información	7
cultura prensa	7
digital periodismo	7
digital televisión	7
educación periodismo	7
gráfica infografía	7
infografía periodismo	7
información México	7
Argentina ética	6
Argentina política	6
audiovisual digital	6
cíber global	6
cíber información	6
cíber prensa	6
ciencia comunicación	6
cultura periodismo	6
digital prensa	6
discurso elección	6
discurso política	6

El-País España	6
global información	6
gráfica prensa	6
internet periodismo	6
nuevo tecnología	6
periodismo prensa	6
Argentina global	5
Canarias educación	5
cíber comunicación	5
ciencia España	5
ciencia tecnología	5
comunicación democracia	5
comunicación España	5
comunicación iconografía	5
cultura tecnología	5
digital nuevo	5
elección público	5
España periodismo	5
fotografía iconografía	5
fotografía periodismo	5
historia periodismo	5
iconografía infografía	5
investigación periodismo	5
Argentina cultura	4
Argentina investigación	4
Argentina social	4
audiovisual cine	4
audiovisual política	4
Brasil televisión	4
Canarias cine	4
Canarias medio	4
Canarias periodismo	4
Canarias prensa	4
cíber medio	4
cíber nuevo	4
cíber tecnología	4
ciencia educación	4
comunicación televisión	4
Costa-Rica información	4
Costa-Rica prensa	4
cultura digital	4
democracia social	4
digital medio	4
digital radio	4
educación ética	4
educación internet	4
educación México	4
educación televisión	4

El-País periodismo	4
España ética	4
ética medio	4
ética periodismo	4
ética prensa	4
fotografía historia	4
global local	4
gráfica periodismo	4
historia prensa	4
iconografía mensaje	4
México prensa	4
política televisión	4
público televisión	4
Argentina discurso	3
Argentina economía	3
Argentina educación	3
Argentina nuevo	3
Argentina tecnología	3
audiovisual cultura	3
audiovisual democracia	3
audiovisual España	3
audiovisual medio	3
Brasil teoría	3
Canarias publicidad	3
Canarias televisión	3
ciencia ética	3
ciencia internet	3
ciencia medio	3
cine guerra	3
cine historia	3
comunicación desarrollo	3
comunicación economía	3
comunicación fotografía	3
comunicación gráfica	3
comunicación historia	3
comunicación México	3
comunicación noticia	3
comunicación Venezuela	3
comunicador España	3
comunicador social	3
Cuba guerra	3
cultura global	3
democracia información	3
democracia periodismo	3
digital tecnología	3
discurso propaganda	3
discurso Venezuela	3
economía política	3

educación radio	3
educación social	3
educación tecnología	3
El-País política	3
elección política	3
elección televisión	3
España guerra	3
España internet	3
España social	3
fotografía información	3
guerra medio	3
guerra propaganda	3
iconografía prensa	3
información local	3
información medio	3
información política	3
información radio	3
internet web	3
medio televisión	3
mensaje publicidad	3
nuevo periodismo	3
Argentina cine	2
Argentina democracia	2
Argentina identidad	2
Argentina infografía	2
Argentina internet	2
audiovisual economía	2
audiovisual iconografía	2
audiovisual periodismo	2
audiovisual tecnología	2
Canarias comunicación	2
Canarias España	2
Canarias guerra	2
Canarias noticia	2
Canarias radio	2
cíber ética	2
ciencia historia	2
ciencia política	2
ciencia prensa	2
ciencia público	2
cine Estados-Unidos	2
cine industria	2
cine periodismo	2
cine televisión	2
comunicación elección	2
comunicación industria	2
comunicación teoría	2
comunicador México	2

comunicador periodismo		2
comunicador público		2
Costa-Rica educación		2
Costa-Rica local		2
Costa-Rica televisión		2
Cuba España		2
Cuba Estados-Unidos		2
Cuba información		2
Cuba periodismo		2
Cuba prensa		2
Cuba social		2
cultura hipermedia		2
cultura identidad		2
cultura internet		2
cultura medio		2
cultura público		2
cultura social		2
democracia España		2
democracia México		2
democracia política		2
democracia público		2
desarrollo periodismo		2
desarrollo prensa		2
digital edición		2
digital educación		2
digital ética		2
digital global		2
digital información		2
discurso información		2
economía prensa		2
edición información		2
El-País elección		2
El-País público		2
ética iconografía		2
ética internet		2
ética México		2
ética publicidad		2
fotografía gráfica		2
fotografía Venezuela		2
global periodismo		2
global prensa		2
gráfica web		2
hipermedia internet		2
iconografía nuevo		2
iconografía periodismo		2
iconografía política		2
infografía prensa		2
información internet		2

información nuevo	2	
información tecnología	2	
internet medio	2	
internet propaganda	2	
medio social	2	
medio Venezuela	2	
México radio	2	
México televisión	2	
noticia periodismo	2	
nuevo radio	2	
nuevo social	2	
periodismo política	2	
política público	2	
publicidad televisión	2	

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Colle, Raymond (2009): La temática de *Revista Latina de Comunicación Social*, 1998-2008. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 71 a 85. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el _____ de _____ de 2_____, de http://www.revistalatinacs.org/09/art/07_806_13_revistas/Raymond_Colle.html
DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-806-71-85