

Estudio bibliométrico de la producción científica sobre narrativa *transmedia* en España hasta 2016: Análisis descriptivo de las 20 principales revistas de comunicación españolas según Google Scholar Metrics (h5)

Bibliometric study of the scientific production on transmedia narrative in Spain until 2016: Descriptive analysis of the 20 communication main journals in Spain according to Google Scholar Metrics

David Vicente Torrico
Universidad de Valladolid

Referencia de este artículo

Vicente Torrico, David (2017). Estudio bibliométrico de la producción científica sobre narrativa transmedia en España hasta 2016: Análisis descriptivo de las 20 principales revistas de comunicación españolas según Google Scholar Metrics (h5). En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº14. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, 141-160. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2017.14.8>

Palabras clave

Transmedia; convergencia; revisión bibliométrica; artículos; revistas.

Keywords

Transmedia; convergence; bibliometric study; articles; journals.

Resumen

La narrativa transmedia se ha consolidado como una disciplina emergente, con un creciente número de publicaciones, comunicaciones y tesis doctorales sobre la materia, por lo que en este trabajo proponemos recopilar y evaluar el estado actual de la investigación aplicando un análisis bibliométrico descriptivo sobre los artículos publicados hasta la fecha en las principales revistas del ámbito de la comunicación en España. Tras una delimitación conceptual, atenderemos a dimensiones identificativas, como el desarrollo cronológico, la autoría o el centro de adscripción, y a cuestiones metodológicas, como los objetos de estudio analizados, las técnicas de estudio empleadas y las referencias bibliográficas en las que se han apoyado los autores, con el objeto de consolidar los avances registrados en este campo y servir como punto de apoyo para futuras investigaciones. Los resultados demuestran un progresivo aumento en la producción científica, en la que se imponen los estudios de caso sobre productos generados en los medios convencionales, con unas referencias bibliográficas y de autoría muy atomizadas.

Abstract

The transmedia narrative has been consolidated as an emerging discipline, with a growing number of publications, communications and doctoral theses on the subject, so in this paper we propose to collect and evaluate the current state of the research applying a descriptive bibliometric analysis on articles published to date in the main journals in the field of communication in Spain. After a conceptual delimitation, we will deal with identifying dimensions, such as chronological development, authorship or the center of ascription, and methodological issues, such as the objects of study analyzed, the study techniques used and the bibliographical reference, in order to consolidate the advances registered in this field and serve as a point of support for future research. The results show a progressive increase in the scientific production, in which the case studies are applied on products generated in the conventional media, with very atomized bibliographical references and authorship.

Autor

David Vicente Torrico [david.vicente.torrico@uva.es] es investigador en formación por la Universidad de Valladolid en el departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de América, *Periodismo* y Comunicación Audiovisual y Publicidad. Sus líneas de investigación son el análisis de contenido aplicado al cine y los medios de comunicación tradicionales, y el uso de los dispositivos móviles como segunda pantalla.

1. Introducción

La actual convergencia tecnológica, con Internet en el centro del escenario, ha motivado una revolución no solo desde el punto de vista de los dispositivos de acceso, sino también desde el planteamiento de los contenidos difundidos y del papel desempeñado por las audiencias, dando como resultado un nuevo modelo de producción cultural «más participativo, más global y más creativo» (Larrondo, 2016: 111).

Las narrativas transmedia se caracterizan por una mayor profundidad y sofisticación que los relatos lineales (Jenkins, 2003; Costa, 2013), mediante la distribución de relatos únicos, independientes y a la vez complementarios (Jenkins, 2008; Belsunces, 2011), a través de diferentes plataformas, aprovechando las diferentes ventajas de cada una de ellas (Dena, 2008; Galán, 2016; Sánchez y Galán, 2016), e involucrando así al espectador en la reelaboración del discurso completo, fragmentado en una suerte de rompecabezas (Scolari, 2013; Peñafiel, 2015; Rivera, 2012).

Estas transformaciones del producto cultural, sin embargo, no suponen el fin de los medios de comunicación de masas (Galán, 2008), sino un enriquecimiento, un estímulo de la experiencia del espectador, que abandona su rol pasivo «para apropiarse de las narraciones y crear y difundir sus propios discursos» (Costa, Rodríguez y López, 2015: 283), convirtiéndose en *prosumidor* del relato (Islas, 2008; Sánchez y Contreras, 2012).

Después de casi 15 años de historia, desde que Jenkins diera a conocer el concepto de narrativa transmedia en la *Technology Review* (2003), asistimos a la consagración, tanto en el ámbito creativo como en el investigador, de una disciplina que, en palabras de su mayor representante en España, Carlos A. Scolari, «crecerá en los próximos años» (Scolari, Jiménez y Guerrero, 2012: 139).

Por ello, se hace necesaria una revisión de la literatura especializada en contenidos transmedia publicada hasta la fecha en las revistas españolas de referencia, atendiendo principalmente a las distintas líneas de investigación y metodologías empleadas, así como a las referencias bibliográficas que han inspirado estas producciones, a fin de realizar una foto fija que consolide los avances registrados en dicho campo (Guardiola, 1991) y sirva de punto de apoyo para el desarrollo de futuras investigaciones «mediante la refutación, confirmación o exploración de nuevas fórmulas» (Guirao, 2015: 1).

2. Objetivos de la investigación

Como se ha señalado previamente, el principal objetivo de esta revisión bibliográfica reside en la recopilación y análisis descriptivo de la producción científica en torno al concepto de transmedia, tomando como muestra los artículos publicados en las revistas españolas de referencia según el ránking elaborado por *Google Scholar Metrics*, en un marco temporal que abarca desde el nacimiento del término, en el año 2003, hasta el año 2016.

A nivel específico se plantea un estudio cronológico, para demostrar la vigencia de este campo de análisis; un análisis bibliográfico, para conocer en qué revistas han encontrado acomodo los artículos sobre narrativa transmedia; una revisión institucional, para comprobar los centros universitarios más prolíficos en este ámbito; un estudio de autores, para conocer las sinergias creativas en el campo de la comunicación transmedia; y por último, y especialmente relevante de cara a la consolidación de la disciplina, proponemos un análisis de las metodologías y objetos de estudio empleados por los autores, a fin de determinar las principales líneas de investigación seguidas hasta la fecha en España, y un estudio de referencias, para descubrir las obras más consultadas por los investigadores que componen la muestra.

3. Metodología

Para alcanzar los objetivos detallados en el capítulo anterior proponemos la realización de un artículo de revisión (Icart y Canela, 1994), «un estudio detallado, selectivo y crítico que integra la información esencial en una perspectiva unitaria y de conjunto [...] que intenta identificar qué se conoce del tema, qué se ha investigado y qué aspectos permanecen desconocidos».

Los artículos de revisión bibliográfica ponen de manifiesto la madurez de una disciplina científica (Barranquero y Marín, 2014; López y Vicente, 2011), por lo que, y debido al retraso del caso español frente a otros países del entorno (De Filippo, 2013), no ha sido hasta 2010 cuando se han empezado a elaborar este tipo de estudios en el campo de la comunicación, destacando trabajos como los de López y Vicente (2011), Martínez y Saperas (2011), Navarro y Martín (2013), o los de Herrero (2011), Castillo (2012) y Tur (2014) con sus respectivos equipos de trabajo, consolidando y, a su vez, impulsando la investigación de la comunicación en España (Bermejo, 2014: 332).

Este método de trabajo, muy útil en áreas que se encuentran en constante evolución (Guirao, Olmedo y Ferrer, 2008; Cué, Díaz, Díaz y Valdés, 1996), como lo es la narrativa transmedia, proporciona al lector un indudable apoyo ante el incremento de publicaciones en un determinado campo, gracias a la utilización de un protocolo estandarizado y replicable que garantiza la calidad, claridad y consistencia del proceso de revisión (Coughlan, Cronin y Ryan, 2013).

3.1. Selección de la muestra

Como se ha señalado en el capítulo introductorio, el material de análisis utilizado para la presente investigación está formado por los artículos que han sido publicados en las 20 revistas científicas de referencia en España en el ámbito de la comunicación.

Con el fin de establecer una selección objetiva, en la que estuvieran recogidas las publicaciones con mayor impacto en el campo de la comunicación, se ha optado por utilizar el indicador 'h5' de *Google Scholar Metrics*, basado en el recuento de citas (Ayllón et al., 2016), frente a otros portales de evaluación similares, como *Web of Science* o *Scopus*, ya que dispone de una mayor colección de textos, reduce la sobreponderación de textos anglosajones, y resulta de gran utilidad como herramienta bibliométrica (Delgado y Repiso, 2013).

De este modo, el punto de partida de la investigación queda conformado por los artículos sobre narrativa transmedia recogidos en las siguientes revistas hasta 2016:

Tabla 1. Selección de la muestra según el índice h5

Rank	Country	Journal name	Totals			Without journal self-citations			
			Quartile	H5 Index	H5 Median	H Citations	H5 Index	H Citations	%
32		Comunicar	Q1	22	41	1022	21	971	⊖
40		El Profesional de la Información	Q1	21	28	672	19	611	⊖
74		Revista Latina de Comunicación Social	Q1	13	23	381	12	362	⊖
90		Comunicación y Sociedad, Spain	Q2	12	18	276	11	266	⊖
104		Telus. Cuadernos de Comunicación E Innovación	Q2	11	17	200	11	200	⊖
108		Estudios sobre el Mensaje Periodístico	Q2	11	13	164	10	152	⊖
132		Revista Icono14	Q2	8	13	118	8	118	⊖
137		Cic Cuadernos de Información y Comunicación	Q2	8	11	90	0	80	⊖
143		Zer: Revista de Estudios de Comunicación= Komunikazio Ikasketen Aldizkaria	Q2	8	9	88	7	88	⊖
163		Vivat Academia	Q3	6	11	103	6	103	⊖
175		Historia y Comunicación Social	Q3	6	7	56	5	53	⊖
175		Revista de Medicina y Cine	Q3	6	7	50	5	44	⊖
101		Análisi	Q3	6	6	40	6	40	⊖
181		Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias	Q3	6	6	39	5	37	⊖
195		Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación	Q3	5	7	36	5	35	⊖
195		Adcomunica	Q3	5	7	34	5	33	⊖
204		Trípodos	Q3	5	6	34	5	33	⊖
204		Revista de Comunicación de la Seeci	Q3	5	6	33	5	32	⊖
212		Fonseca, Journal of Communication	Q3	5	5	64	5	64	⊖
216		Index. Comunicación	Q3	4	11	44	4	44	⊖

Fuente: Journal Scholar Metrics (2016)

Una vez acotada la selección de las revistas, se diseña una estrategia de búsqueda para recopilar los artículos relacionados con nuestro objeto de estudio, la narrativa transmedia. En este caso, la búsqueda se ha realizado en los sitios web de cada publicación, utilizando como criterio el término 'transmedia', pues engloba a todas sus derivadas (transmedial/es, transmediático) y devuelve igualmente los resultados en inglés, lengua en la que también se aceptan artículos en las revistas que componen la muestra. De este modo, la muestra no se ciñe

únicamente a los autores españoles, ya que en las revistas consultadas, en su afán por trascender las barreras geográficas, es habitual encontrar estudios realizados por autores de diferentes latitudes.

Teniendo en cuenta la variedad que presentan en su diseño los portales electrónicos de las diferentes revistas, ha sido preciso realizar la búsqueda siguiendo dos caminos distintos: en los sitios con buscador propio, el rastreo se ha llevado a cabo en los tres campos de búsqueda disponibles: título, resumen y descripciones; por el contrario, en los sitios vinculados al buscador de Google, los resultados no discriminan el lugar en el que aparece el término, devolviendo todos aquellos textos que presenten alguna coincidencia.

Con el objetivo de lograr un acercamiento representativo a este concepto emergente de narrativa transmedia, los resultados cosechados tras la fase de búsqueda fueron revisados, a fin de eliminar entradas duplicadas y falsas recuperaciones. Para ello, se establece la condición de que el término de búsqueda debe aparecer a lo largo del texto en, al menos, tres ocasiones, ya que durante la revisión comprobamos que muchos de los resultados solo presentaban coincidencias en el apartado bibliográfico, sin ser el contenido transmedia el tema principal de la investigación¹.

El hecho de haber optado por los artículos de revistas indexadas frente a otras fuentes de información, como tesis, libros o actas de congresos, se basa en la asunción de que «constituyen en la actualidad el canal más utilizado y más actualizado en lo que se refiere a la difusión de investigaciones» (Baladrón, Correyero y Manchado, 2014: 52). Esta misma postura es defendida por Medina, Marín y Alfalla (2010), que delimitan su campo de trabajo a las revistas indexadas, por su mayor relevancia e impacto y por la calidad derivada de la evaluación por pares ciegos, y ha sido utilizada igualmente por autores como Martínez y García (2013) y por Navarro y Martín (2013).

De este modo, la muestra final queda compuesta por un total de 90 artículos, pertenecientes a las 20 revistas más importantes en el ámbito de la comunicación en España en base a la clasificación elaborada por *Google Scholar Metrics*, y con una acotación temporal que abarca desde el nacimiento del término transmedia, en el año 2003, hasta el año 2016.

3.2. Instrumento de análisis

El protocolo de análisis diseñado para el presente estudio responde a los objetivos planteados previamente, y se inspira en las propuestas llevadas a cabo en sus respectivas revisiones bibliográficas por López y Vicente (2011: 5) y por Barranquero y Marín (2014: 486). De este modo, la plantilla recoge en primer

¹ La búsqueda inicial devuelve 129 resultados, de los cuales se han eliminado 39 por no corresponder al objeto de estudio de nuestro trabajo: actas de congresos, reseñas, temas limítrofes a la narrativa transmedia, etc.

lugar los datos identificativos tanto del autor como de la obra, a través de los siguientes apartados: código, título, autor/es, centro/s de adscripción, revista de publicación y año de publicación. Por otro lado, y mediante un análisis de contenido inductivo, se estudian los planteamientos metodológicos de los artículos seleccionados: técnica de investigación, objeto de estudio y ámbito geográfico de análisis.

Tabla 2. Instrumento de análisis

Código	Año de publicación
Título	Técnica de investigación
Autor/es	Objeto de estudio
Centro/s de adscripción	Ámbito geográfico del estudio
Revista de publicación	Referencias consultadas

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos al aplicar el protocolo de análisis sobre la muestra seleccionada han sido tratados con el programa Microsoft Excel, mediante el recuento de frecuencias y el cruce de variables.

4. Resultados

4.1. Distribución de artículos por revistas y por años

De acuerdo con el primero de los objetivos señalados al comienzo de la investigación, en las tablas 3 y 4 presentamos la distribución de los artículos tomando como referencia la revista y el año de su publicación.

Los datos reflejan una elevada concentración en torno a dos revistas, *Icono 14* y *Fonseca Journal*. Sin embargo, ahondando en los resultados, comprobamos que este auge se ha producido gracias a las contribuciones realizadas durante el último ejercicio, en los números 14 y 15 de *Icono 14*, y 12 y 13 de *Fonseca*.

En el lado contrario, la *Revista de Medicina y Cine* no presenta ningún resultado, dado que su política editorial se aleja considerablemente de nuestro objeto de análisis.

Tabla 3. Distribución de artículos por revista

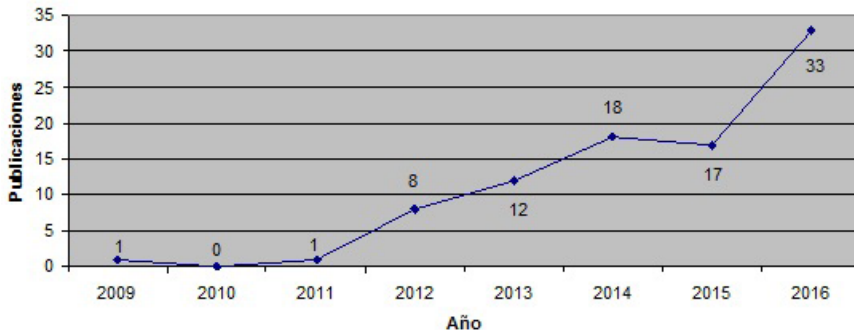
Icono 14 (15)	Fonseca (10)	EPI (7)	CIyC (6)	HyCS (6)
Adcomunica (6)	Index (6)	CyS (5)	Telos (5)	ESMP (5)
Anàlisi (5)	Latina (3)	Comunicar (2)	Vivat (2)	Tripodos (2)
SEECI (2)	Zer (1)	Pensar (1)	Àmbitos (1)	MyC (0)

Fuente. Elaboración propia

El desarrollo cronológico de la disciplina demuestra la progresiva consolidación de la investigación en contenido transmedia, a pesar de haber arrancado con un notable retraso desde que, ya en 2003, Jenkins sentara las bases de este nuevo modelo narrativo.

De este modo, es preciso esperar casi una década para comenzar a encontrar publicaciones sobre este campo de estudio en las revistas de referencia en España.

Gráfico 1. Distribución por años



Fuente: Elaboración propia

4.2. Distribución de artículos por autores

El recuento de autores muestra una enorme dispersión, ya que de los 113 investigadores referenciados en los artículos que conforman la muestra, el 84% solamente firma un único texto, lo que demuestra que existe un gran interés en la disciplina, pero también una notable falta de especialización entre los profesionales que se aproximan a ella.

Este dato se completa si consideramos el número de autores presentes en al menos dos textos (12%), por lo que tan solo un 4% de investigadores en torno a la narrativa transmedia ha publicado más de 2 artículos en las revistas que componen la muestra: Carmen Costa (5), Raúl Rodríguez (5), M^a Isabel Rodríguez (4) y Teresa Piñeiro (4).

4.3. Distribución de artículos por centros de adscripción

En relación al apartado anterior, en el que se señala la dispersión que existe en cuanto a las firmas, el análisis en torno a los centros de adscripción de los autores resulta igualmente revelador. En este punto tratamos de detectar las instituciones más prolíficas en torno al estudio de lo transmedia.

Los investigadores estudiados proceden de 49 centros diferentes, de los que 35 son universidades españolas, 11 son universidades extranjeras, y 3 no son universidades.

Tabla 4. Distribución por centros de adscripción de los autores

Coruña	15	San Pablo CEU	2	Internacional Catalunya	1
Cardenal Herrera	10	Fluor	2	Internacional Rioja	1
Complutense	9	Granada	2	Madeira (PT)	1
Carlos III	8	Valencia	2	Monterrey (MX)	1
Pompeu Fabra	7	Aberyswyth (GA)	1	Murcia	1
Valladolid	7	Alicante	1	Oakland (EEUU)	1
País Vasco	5	Barcelona	1	Oviedo	1
Miguel Hernández	4	Beira Interior (PT)	1	San Jorge	1
Salamanca	4	Burgos	1	Sao Paulo (BR)	1
Santiago Compostela	4	Deusto	1	Sevilla	1
UAB	3	ESIC	1	UCAM Murcia	1
Jaume I	3	Paulista (BR)	1	UNED	1
Rey Juan Carlos	3	Europea Canarias	1	Universidad a distancia Madrid	1
Nebrija	2	Fundación Panamericana	1	Vic	1
Bogotá (CO)	2	Girona	1	Vigo	1
Cartagena Indias (CO)	2	Guadalajara (MX)	1		
Castilla La Mancha	2	IED	1		

Fuente: Elaboración propia

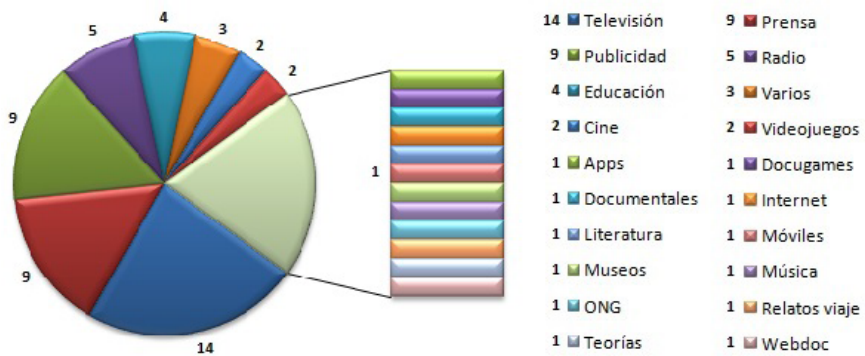
Como se aprecia en la tabla 4, los 7 primeros centros acogen a casi la mitad de los firmantes de los textos analizados, por lo que se sitúan como referentes en el estudio de esta disciplina entre las revistas españolas.

Por el contrario, y al igual que sucediera antes con la clasificación por autores, las dos terceras partes de las instituciones reflejadas tan solo figuran en una única ocasión.

4.4. Distribución según el objeto de estudio analizado

Pese a su estrecha relación con el entorno de Internet, los estudios sobre narrativa transmedia siguen tomando, por amplia mayoría, como objeto de estudio los medios de comunicación convencionales.

Gráfico 2. Distribución según el objeto de estudio analizado



Fuente: Elaboración propia

La televisión, con una frecuencia del 23%, es el soporte más estudiado por los investigadores, principalmente desde el punto de vista de las series nacionales de ficción, donde destacan producciones como *Águila roja*, *El barco*, *El ministerio del tiempo* o *Carlos*.

En el caso de la prensa, que es el objeto analizado en el 15% de los trabajos, predomina el enfoque teórico, dada la dificultad de crear un universo transmedia en torno a la actualidad diaria. A pesar de ello, se han encontrado estudios concretos sobre eventos como la cobertura de los premios cinematográficos *Goya* y *Oscar* o el contagio del virus del ébola en España, ambos en la web de *El País*.

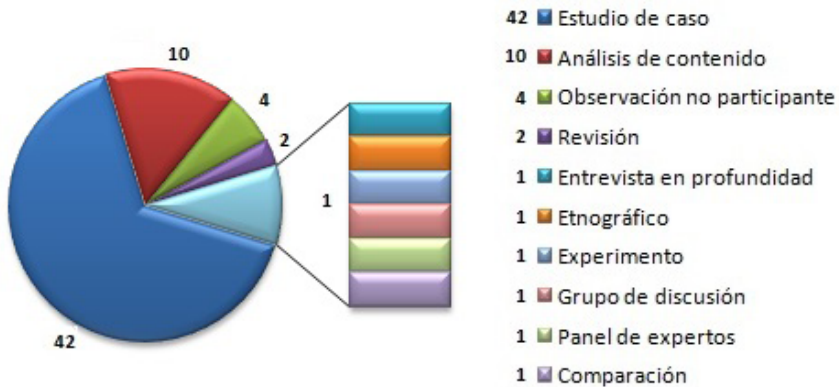
Los textos sobre radio, con un 8%, enfocan la narrativa transmedia desde el punto de vista de la interactividad en redes sociales, la expansión a nuevos dispositivos y la creación de contenidos por parte de los *prosumidores*.

De manera paralela a los medios convencionales, la publicidad también ha atraído la atención de los investigadores, siendo el objeto de estudio en un 15% de los trabajos. Entre ellos se encuentran análisis sobre las estrategias creativas de marcas como *PlayStation*, *Movistar*, *Heineken*, *Cuétara*, o de organizaciones como *Manos Unidas* o *Unicef*.

4.5. Distribución de los resultados según el método de análisis utilizado

El recuento de los diversos métodos de análisis utilizados en los estudios prácticos demuestra que más del 80% de los trabajos son descriptivos, ya que se centran en las características de los relatos transmedia, bien a través del estudio de caso (69%), o bien a través del análisis de contenido (16%)².

Gráfico 3. Distribución según el método de análisis utilizado



Fuente: Elaboración propia

Por el contrario, las modalidades dialógicas, como la entrevista en profundidad (2%), el grupo de discusión (2%) y el panel de expertos (2%), apenas han sido exploradas por ahora.

² La distinción entre uno u otro método se basa en lo expuesto por los distintos autores en el apartado metodológico de sus respectivos trabajos.

4.6. Clasificación por ámbito geográfico del análisis

Para determinar el carácter nacional o internacional de los objetos de estudio en los que se han apoyado los investigadores se han seleccionado únicamente aquellos trabajos que, por razones obvias, tuvieran un enfoque práctico. Por lo tanto, de la muestra inicial de 90 artículos se descartan, únicamente para este punto, los 29 trabajos teóricos.

La exploración de los diferentes objetos de estudio analizados por los autores demuestra que en un 51% de las ocasiones el análisis se realiza sobre productos transmediáticos españoles, un 34% opta por producciones internacionales, mientras que el 15% restante establece un interesante contraste entre narrativas propias y foráneas.

4.7. Clasificación por menciones

El conjunto de artículos analizado, un total de 90, acumula hasta finales de 2016 la cifra de 445 menciones, con una media de 4,9 por obra³. Este dato cobra aún mayor relevancia si se considera que el primero de ellos fue publicado en el año 2009, por lo que se trata de un campo de estudio con un recorrido temporal realmente limitado, y que casi un 40% de los textos no cuenta con ninguna cita, circunstancia que resulta comprensible dado el incremento de publicaciones registrado en el último año de la muestra, 2016.

La tabla número 5 recoge los artículos con un mayor índice 'h5' de entre los 90 que conforman la muestra, esto es, las 20 publicaciones sobre narrativa transmedia más citadas. Este dato permite comprobar la enorme dispersión entre estos trabajos y la media del conjunto, ligeramente inferior a las 5 menciones por trabajo.

3 El número de citas registrado para cada obra ha sido extraído de Google Académico.

Tabla 5. Ránking con las 20 publicaciones más citadas según GSM

Islas, O.	La convergencia cultural a través de la ecología de medios	49
Costa, C. & Piñeiro, T.	Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia	38
Scolari, C., Jiménez, M. & Guerrero, M.	Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino cross-media	32
Deltell, L., Claes, F. & Osteso, J.M.	Audiencias televisivas y líderes de opinión en Twitter. Caso de estudio: El Barco	23
Rodríguez, R.	Sangre fresca publicitaria: True Blood y las transfusiones de la ficción	23
Tognazzi, A.	Las transformaciones de los contenidos audiovisuales y la influencia de los dispositivos móviles en el nuevo escenario transmedia	20
Rodríguez, R.	El relato por otros medios: ¿un giro transmediático?	18
Costa, C.	Narrativas transmedia nativas: ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso	18
Fernández, C.	Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del contenido generado por el usuario (CGU)	15
Soep, E.	Generación y recreación de contenidos digitales por los jóvenes: implicaciones para la alfabetización mediática	15
Campos, F.	Adaptación de los medios tradicionales a la innovación de los metamedios	13
Alvarez, R.	Tensiones de la narrativa serial en el nuevo sistema mediático	13
Irala, P.	Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático	10
Mayor, F.	Transmedia storytelling desde la ficción televisiva serial española: El caso de Antena 3	10
Vassallo, M.I.	A case study on transmedia reception: Fandom on Facebook and social issues in the brazilian telenovela <i>Passione</i>	10
Díaz-Noci, J. & Tous, A.	La audiencia como autor. Narrativas transmedia y propiedad intelectual del público. Algunas reflexiones jurídicas	9
López, N. & Gómez, L.	La democratización del proceso comunicativo en radio: los jóvenes prosumidores	8
Cea, M.N.	Economía de los cibermedios: modelos de ingresos y fuentes de financiación	8
De Lara, A., Rodríguez, R. & Sánchez, C.	El medio en el mensaje: la autorreferencia en la televisión generalista	7
Merino, M.A.	El factor emocional en la narrativa transmedia y la televisión social	7

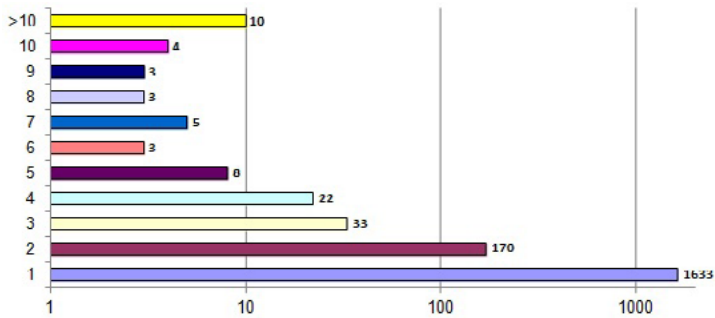
Fuente: Elaboración propia

4.8. Análisis de las referencias utilizadas por los autores en sus artículos

A lo largo de los 90 estudios analizados se ha detectado un total de 2.576 referencias bibliográficas, de las que, una vez eliminadas las repeticiones, un total de 1.894 resultan ser obras diferentes, lo que pone de manifiesto también en este punto la atomización de la labor investigadora en un campo que da sus primeros pasos. Sin embargo, resulta notable el esfuerzo de los autores al reseñar hasta 29 trabajos de media en sus estudios.

Como se puede apreciar en el gráfico 4, la inmensa mayoría de obras citadas solamente aparecen en uno (86%) o dos (9%) artículos, por lo que se puede deducir que existe un amplio interés en narrativa transmedia, pese a la falta de madurez de esta línea de investigación académica.

Gráfico 4. Frecuencia de repetición de las referencias utilizadas por los autores



Fuente: Elaboración propia

Por contra, resulta especialmente relevante prestar atención a las obras más citadas en las bibliografías de los artículos que componen la muestra. Así, queda corroborada la influencia de Jenkins, con cinco estudios que superan las 10 menciones, o de Scolari, que acumula 71 referencias en tan solo dos obras.⁴

Es más, si seleccionamos los dos trabajos más importantes para los autores estudiados, comprobamos que la obra *Convergence Culture* (Jenkins, 2006) está presente en dos de cada tres artículos (59 referencias), mientras que *Narrativas Transmedia. Cuando los medios cuentan* (Scolari, 2013) aparece en la mitad (45).

⁴ El fundador de los estudios sobre narrativa transmedia, Henry Jenkins, acumula 59 (2006), 22 (2003a), 17 (2009), 16 (2003b) y 11 (2010) referencias. Por su parte, el autor más destacado en España, Carlos Scolari, es mencionado en 45 (2013) y 26 (2009) ocasiones.

Respecto al idioma de las referencias bibliográficas existe un equilibrio entre textos en castellano (971) e internacionales (923), siendo la lengua extranjera más habitual el inglés (831), seguida de portugués (46), francés (37) e italiano (9).

Este dato pone de manifiesto la convergencia no solo tecnológica, de la que se nutre el concepto de narrativa transmedia, sino también cultural, mediante el acceso a innumerables recursos facilitado con la universalización de Internet.

5. Conclusiones y discusión

La narrativa transmedia se ha consolidado como un campo de investigación emergente que encara el futuro con optimismo, como sostiene su principal representante en el ámbito español, Carlos A. Scolari (Scolari, Jiménez y Guerrero, 2012: 139).

El planteamiento bibliométrico del que parte este artículo ha permitido recopilar y analizar de manera conjunta la producción científica en las revistas de referencia sobre comunicación en el panorama español, destacando los siguientes puntos:

El desarrollo cronológico indica un creciente interés en la investigación sobre contenido transmedia, pese a haber comenzado con más de un lustro de retraso desde la obra inicial de Jenkins (2003).

Los artículos se agrupan en torno a dos publicaciones, *Icono 14* y *Fonseca Journal*, que han sido las primeras en dedicar un espacio a la línea de investigación sobre narrativa transmedia. A lo largo del 2017 se sumarán a esta corriente *AdComunica* y *Trípodos*, lo que atraerá también la atención de los autores. En el momento de elaboración de este artículo, situando el corte de la muestra al finalizar el año 2016, se cumple la Ley de Bradford (1934, citado en Urbizagástegui, 1996), según la cual un reducido número de publicaciones acoge la mayor parte de la producción científica sobre un tema determinado, constituyendo el núcleo de dicha temática, y originando una distribución de resultados desigual entre las revistas que componen la muestra.

El recuento de autores muestra una importante dispersión, ya que solo 18 de los 113 firmantes (16%) cuenta con más de una publicación en este campo, lo que se traduce en una evidente falta de especialización propia de un campo de investigación emergente. En este sentido, cabe recuperar la Teoría propuesta por Alfred J. Lotka (1926, citado en Urbizagástegui, 2004), quien hace casi un siglo ya propuso que la mayor parte de los autores en un determinado campo solamente presentan una única aportación, al tiempo que unos pocos investigadores son los firmantes de gran parte de los textos.

Por el contrario, la dispersión no es tal en el caso de los centros de adscripción, ya que 7 de los 49 núcleos de producción detectados agrupan a más de la mitad de los autores, constituyendo así sendos motores de la investigación sobre narrativa transmedia en España.

La metodología que predomina es la empírica (68%, n = 90) frente a la teórica (32%, n = 90), según la clasificación que propone Bermejo (2014: 335), y la técnica de estudio que se impone es el estudio de caso (69%, n=61), seguido del análisis de contenido (16%, n=61). Esta circunstancia es frecuente, como ya apuntaron García (2014: 1) o Barranquero y Marín (2014: 492). La explicación, para Saperas y Carrasco (2015: 58), reside en que son técnicas «fácilmente replicables [...], generan datos cuantificables y objetivables», y además, son menos costosas frente al resto de modalidades (Martínez y Saperas, 2016: 1382).

Los objetos de estudio siguen vinculados a los medios convencionales, y se centran en el ámbito del relato ficcional. Más de la mitad de los artículos aborda el estudio de producciones españolas, en línea con lo detectado por otros autores como Baladrón, Correyero y Manchado (2014: 64) en el campo de la publicidad, pese a que los estudios sobre transmedia cuentan con mayor tradición en otras latitudes e idiomas.

Las referencias consultadas muestran una notable labor de búsqueda de los investigadores, ya que presentan de media 29 resultados frente a los 25 que reseña Bermejo (2014: 339) en su estudio sobre la producción científica en el ámbito de la comunicación durante la pasada década. Además, de las 2.576 obras referenciadas, 1.894 son obras diferentes, lo que da buena muestra de la atomización que impera en este emergente campo de investigación. En cuanto a los idiomas, algo más de la mitad son en castellano (51%), seguido por el inglés (44%), portugués (46), francés (2,5%) e italiano (0,05%).

Las obras que constituyen el núcleo de la narrativa transmedia para los investigadores estudiados son *Convergence Culture* (Jenkins, 2006), que está presente en dos de cada tres artículos (59), mientras que *Narrativas Transmedia. Cuando los medios cuentan* (Scolari, 2013) aparece en la mitad (45).

Los artículos con mayor acogida son los escritos por Islas (2009), con 49 menciones, seguido de Costa y Piñeiro (2012), con 38, Scolari, Jiménez y Guerrero (2012), con 32, y Deltell, Claes y Osteso (2013), que suman 23 citas, mientras que casi un 40% de los textos no cuentan con ninguna, circunstancia que resulta lógica dado el incremento de publicaciones registrado en el último año.⁵

A partir de los resultados y conclusiones recogidos en los dos últimos capítulos de esta investigación se destaca la consolidación de la narrativa transmedia como un campo de investigación de interés para las revistas científicas españolas, con unas evidentes perspectivas de crecimiento inmediato gracias a la inclusión del tema en la agenda de nuevas publicaciones que, hasta la fecha, contaban con un reducido impacto en la muestra. A su vez, el sector audiovisual español se muestra cada vez más volcado en las nuevas pantallas y narrativas, lo que también contribuirá al auge de la investigación en este campo. No obstante, aún se detecta una cierta dependencia de los medios tradicionales como soporte

⁵ Los datos se han recogido de la web Google Académico, con fecha 29 de diciembre de 2016.

material preferido a la hora de diseñar una investigación, obviando el amplio abanico de productos transmedia que se difunden a través de la red, y que deberían ser considerados igualmente válidos para futuros trabajos.

6. Referencias

Ayllón Millán, Juan Manuel et al. (2016). Índice H de las Revistas Científicas Españolas según Google Scholar Metrics (2011-2015). EC3 Reports, 17. Granada, 6th October 2016. Disponible en: http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/42829/1/AyllonMillan_IndiceH_RE_GSM2011_15v2.pdf (Consultado 02/01/2017).

Baladrón Pazos, Antonio José; Correyero Ruiz, Beatriz y Manchado Pérez, Benjamín (2014). Tres décadas de investigación sobre publicidad en España. Análisis de las revistas científicas de comunicación (1980-2013). En: *Comunicación y sociedad*, 27 (4), pp. 49-71.

Barranquero Carretero, Alejandro y Marín García, Beatriz (2014). La investigación en comunicación y periodismo ambiental en España: Estado de la cuestión y revisión bibliométrica de las principales revistas académicas en comunicación (2005-2013). En: *Prisma Social*, 12, pp. 474-505. ISSN: 1989-3469.

Belsunces Gonçalves, Andreu (2011). *Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de la convergencia: el caso de Fringe como narración transmedia y lúdica*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

Bermejo Berros, Jesús (2014). Evolución de los paradigmas, metodologías y campos de la comunicación en *Revista Latina de Comunicación Social* durante la década 2004-2013. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 330 a 353. DOI: 10.4185/RLCS-2014-1014

Castillo Esparcia, Antonio; Rubio Moraga, Ángel y Almansa-Martínez, Ana (2012). La investigación en Comunicación. Análisis bibliométrico de las revistas de mayor impacto del ISI. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 67, pp. 248-270. DOI: 0.4185/RLCS-067-955-248-270

Costa Sánchez, Carmen. (2013). Narrativas Transmedia Nativas: Ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso. En: *Historia y Comunicación Social*, 18, pp. 561-574. doi: 10.5209/rev_HICS.2013.v18.44349

Costa Sánchez, Carmen y Piñeiro Otero, Teresa (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. En: *Icono 14*, 10 (2), pp. 102-125. ISSN 1697-8293.

Costa Sánchez, Carmen, Rodríguez Vázquez, Ana Isabel y López García, Xosé (2015). Del periodismo transmedia al replicante. Cobertura informativa del con-

tagio de ébola en España por Elpais.com. En: *El profesional de la información*, 24 (3), pp. 282-290. eISSN: 1699-2407

Coughlan, Michael; Cronin, Patricia y Ryan, Frances (2013) *Doing a literature review in Nursing, Health and Social Care*. London: Sage.

Cué Brugueras, Manuel; Díaz Alonso, Guillermo; Díaz Martínez, Ana Gloria y Valdés Abreu, Manuela de la Caridad (1996). El artículo de revisión. En: *Resu-med*, 9 (2), pp. 86-96

de Filippo, Daniela. (2013) La producción científica española en Comunicación en WOS. Las revistas indexadas en SSCI (2007-12). En: *Comunicar*, 41, pp. 25-34.

Delgado-López-Cózar, E., & Repiso-Caballero, R. (2013). El impacto de las revistas de comunicación: comparando Google Scholar Metrics, Web of Science y Scopus. En: *Comunicar*, 21 (41), pp. 45-52. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-04>

Deltell Escolar, Luis; Claes, Florencia y Osteso López, José Miguel (2013). Audiencias televisivas y líderes de opinión en Twitter. Caso de estudio: El Barco. En: *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19 (1), pp. 347-364. http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n1.42526

Dena, Christy (2008). Emerging participatory culture practices: player-created tiers in alternate reality games. En: *Convergence. The international journal of research into new media technologies*, 14 (1), pp. 41-57. <http://dx.doi.org/10.1177/1354856507084418>

Galán Cubillo, Esteban (2008) *Televisión en virtual*. Madrid: IORTV

— (2016). Relato transmedia vinculado a marcas: el personaje de Benito como instrumento de branded content. En: *El profesional de la información*, 25 (6), pp. 915-922. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.nov.08>

García Leiva, M^a Trinidad (2014). La fuerza de los estudios de caso. En: *Telos. Cuadernos de comunicación e innovación*, mayo. Disponible en: telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2014042309590002&idioma=es (Consultado 02/01/2017) ISSN: 0213-084X

Guardiola Pereira, Elena (1991). El artículo de revisión: hacia un mayor rigor científico. En: *Revisiones en Salud Pública*, 2, pp. 197-218.

Guirao Goris, Josep Adolf (2015). Utilidad y tipos de revisión de literatura. En: *ENE, Revista de Enfermería*, 9 (2). ISSN 1988 348X

Guirao Goris, Josep Adolf; Olmedo Salas, Ángela y Ferrer Ferrandis, Esperanza (2008). El artículo de revisión. En: *Revista Iberoamericana de Enfermería Comunitaria*, 1 (1).

Herrero Gutiérrez, Francisco Javier; Álvarez-Nobell, Alejandro y López-Ornelas, Maricela (2011): *Revista Latina de Comunicación Social*, en la red social

Facebook. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, pp. 526-548. DOI: 10.4185/RLCS-66-2011-944-526-548

Icart Isern, María Teresa y Canela Soler, Jaume (1994). El artículo de revisión. En: *Enfermería Clínica*, 4 (4), pp. 180-184.

Islas Carmona, José Octavio (2008). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. En: *Palabra clave*, 11 (1), pp. 29-39. ISSN 0122-8285

— (2009). La convergencia cultural a través de la ecología de medios. En: *Comunicar*, 33, pp. 25-33. ISSN: 1134-3478

Jenkins, Henry (2003). Transmedia storytelling. *Technology Review*. Disponible en: <http://www.technologyreview.com/Biotech/13052/?a=f>. (Consultado 7/02/2017)

— (2008). *Cultura de la convergencia*. Barcelona: Paidós

Larrondo Ureta, Ainara (2016). El avance de las televisiones públicas autonómicas en el escenario convergente: análisis de experiencias periodísticas transmedia en EITB y CCMA. En: *Communication & Society*, 29 (4), pp. 107-120. ISSN 0214-0039. DOI: 10.15581/003.29.4.sp.107-120

López Rabadán, Pablo y Vicente-Mariño, Miguel (2011). Métodos y técnicas de investigación dominantes en las revistas científicas españolas sobre comunicación (2000-2009). En: Piñuel Raigada, José Luis; Lozano Ascensio, Carlos y García Jiménez, Antonio (Eds.). *Actas del I Congreso Nacional de Metodología de la Investigación en Comunicación*. Fuenlabrada: Asociación Española de Investigación de la Comunicación/Universidad Rey Juan Carlos, pp. 665-679.

Martínez Nicolás, Manuel y Saperas Lapiedra, Enric (2011). La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, 101-129. DOI: 10.4185/RLCS-66-2011-926-101-129

— (2016). Objetos de estudio y orientación metodológica de la reciente investigación sobre comunicación en España (2008-2014). En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 1.365-1.384. DOI: 10.4185/RLCS-2016-1150es

Martínez Pastor, Esther y García López, Javier (2013). Investigación sobre publicidad digital en revistas científicas españolas. En: *El profesional de la información*, 22 (2), pp. 173-180. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2013.mar.12>

Medina López, Carmen; Marín García, Juan Antonio y Alfalla-Luque, Rafaela (2010). Una propuesta metodológica para la realización de búsquedas sistemáticas de bibliografía. En: *Working Papers on Operations Management*, 1 (2), pp. 13-30.

Navarro Beltrá, Marian y Martín Llaguno, Marta (2013). Análisis bibliométrico de la investigación sobre mujer y publicidad: diferencias en medios impresos y audiovisuales. En: *Comunicar*, 21 (41), pp. 105-114.

Peñafiel Sáiz, Carmen (2015). La comunicación transmedia en el campo del periodismo Supervivencia en el ecosistema digital. En: *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, Febrero-Mayo, pp. 1-4. ISSN: 0213-084X

Rivera, Diego (2012): ¿Qué es transmedia y storytelling?. En: *Medios Sociales*. Disponible en: <http://mediossociales.es/transmedia-y-storytelling/> (Consultado 10/02/2017)

Sánchez Castillo, Sebastián y Galán Cubillo, Esteban (2016): Narrativa transmedia y percepción cognitiva en El Ministerio del Tiempo (TVE). En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 508-526. DOI: 10.4185/RLCS-2016-1107

Sánchez, Jaqueline y Contreras Pulido, Paloma (2012). De cara al prosumidor: producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0. En: *Icono 14*, 10 (3), pp. 62-84. DOI: <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v10i3.210>

Saperas Lapiedra, Enric y Carrasco Campos, Ángel (2015). La operacionalización de la noción de framing en *Journal of Communication* (2009-2013). Objetos de estudio, técnicas de investigación y construcción teórica. En: *Communication & Society*, 28(4), pp. 49-66. ISSN 0214-0039. DOI: 10.15581/003.28.4.sp.49-66

Scolari, Carlos Alberto (2016). Alfabetismo transmedia. Estrategias de aprendizaje informal y competencias mediáticas en la nueva ecología de la comunicación. En: *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, Febrero-Mayo, pp. 1-9. ISSN: 0213-084X

Scolari, Carlos Alberto, Jiménez Morales, Manel y Guerrero Bertrán, Mar (2012). Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino cross-media. En: *Comunicación y Sociedad*, 25 (1), pp. 137-163.

Tur-Viñes, Victoria et al. (2014). Especialización y revistas académicas españolas de Comunicación. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp 12-40. DOI: 10.4185/RLCS-2014-999

Urbizagástegui Alvarado, Rubén (1996). Una revisión crítica de la Ley de Bradford. En: *Investigación Bibliotecológica*, 10 (20), pp. 16-26.

— (2004). La productividad científica de los autores: un modelo de aplicación de la ley de Lotka por el método del poder inverso generalizado. En: *Información, cultura y sociedad*, 12, pp. 51-73. ISSN: 1514-8327.