



Diversidad geográfica y de género en los comités editoriales de las revistas de comunicación

Manuel Goyanes¹

Recibido: 24 de abril de 2018 / Aceptado: 15 de octubre de 2018

Resumen. La presente investigación explora la diversidad geográfica y de género en los comités editoriales de 40 revistas indexadas en el ranking JCR (*Journal Citation Report*) entre el cuartil uno (Q1) y cuartil (Q2) en la categoría de comunicación en el año 2015. Se diseña un análisis de conglomerados con el objetivo de agrupar las revistas en función de tres factores: la nacionalidad y género de los miembros editoriales y el factor de impacto de la revista. A través de una regresión logística, se explora la probabilidad de inclusión de los investigadores no estadounidenses y de las mujeres en los comités editoriales en función de siete variables: el género y nacionalidad del editor/a, el número total de miembros editoriales de la revista, el factor de impacto, la afiliación de la revista a una asociación académica, la casa editora y la temática de la revista. El estudio demuestra una asociación entre la probabilidad de inclusión de los investigadores no estadounidenses y todas las variables predictoras. Asimismo, el artículo revela una asociación entre la probabilidad de inclusión de las mujeres y variables predictoras como la nacionalidad del editor, la casa editora y la temática. Se concluye que la estandarización geográfica y de género desafía la adquisición de un conocimiento plural y cuestiona la heterodoxia como valor constitutivo del progreso científico.

Palabras clave: Investigación, revistas académicas, análisis cuantitativo, análisis de contenido, comunicación científica, meta-investigación.

[en] Gender and geographic diversity in the editorial boards of communication journals

Abstract. The present research explores the geographical and gender diversity in the editorial boards of 40 journals indexed in the JCR (Journal Citation Report) ranking between quartile one (Q1) and quartile (Q2) in the category of communication during 2015. A cluster analysis is first designed to group the journals based on three factors: the nationality and gender of the editorial boards and the impact factor of the journal. Through a logistic regression the article explores the probability of inclusion of non-US researchers and women in editorial boards based on seven independent variables: the gender and nationality of the editor, the total number of editorial members of the journal, the impact factor, the affiliation of the journal to an academic association, the publishing house and its central theme. The study shows an association between the probability of inclusion of non-US researchers and all the predictor variables. In addition, the article reveals an association between the probability of inclusion of women and predictor variables such as the nationality of the editor, the publishing house and the central theme of the journal. It is concluded that geographic and gender standardization jeopardize the acquisition of global knowledge and challenge scientific plurality as a constitutive value of academic progress.

¹ Universidad Carlos III de Madrid (España)
E-mail: manuel.goyanes@uc3m.es

Keywords: Investigation; academic journals; quantitative analysis; content analysis; scientific communication; meta-investigation.

Sumario. 1. Introducción y estado de la cuestión. 2. Material y métodos; 2.1. Libro de códigos; 2.1.1. Variables independientes; 2.1.2. Variables dependientes. 3. Análisis y resultados; 3.1. Pregunta de investigación 1: agrupación y diferenciación de los comités editoriales; 3.2. Pregunta de investigación 2: diversidad geográfica de los comités editoriales; 3. Pregunta de investigación 3: diversidad de género de los comités editoriales; 4. Discusión y conclusiones. 5. Limitaciones. 6. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Goyanes, Manuel (2019): "Diversidad geográfica y de género en los comités editoriales de las revistas de comunicación". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 25 (1), 251-265.

1. Introducción y estado de la cuestión

Los consejos editoriales de las revistas en comunicación son órganos decisivos en la gestión y disseminación del conocimiento debido a su papel determinante en la definición de lo que se publica (Metz y Harzing, 2012). Los artículos científicos forman un conocimiento y acervo fundamental para informar la educación superior y las teorías de la comunicación y sus sub-disciplinas, así como al propio ejercicio de los profesionales de la información (Goyanes, 2017). De acuerdo a la literatura sobre diversidad en los comités editoriales (Jagsi et al., 2008), es fundamental que las revistas cuenten con un consejo editorial formado por un grupo de académicos demográficamente heterogéneo, con el objetivo de ampliar la diversidad y pluralidad de los artículos publicados y las líneas estratégicas de la revista (Carter, Simkins y Simpson, 2003). La diversidad geográfica y de género es clave para enriquecer los consejos con diferentes experiencias, expectativas y puntos de vista (Rosenstreich y Wooliscroft, 2006). En este contexto, se hace necesario examinar la composición editorial de las revistas científicas con el objetivo de calibrar el nivel de diversidad geográfica y de género y explorar los factores que determinan tal composición.

Los comités editoriales son órganos fundamentales para establecer las líneas estratégicas de las revistas de investigación, pero también, en función de su nivel de relevancia, para regular los esfuerzos y agenda del propio campo (Alvesson, Gabriel y Paulsen., 2017). De acuerdo a estudios previos, un alto rendimiento académico es un criterio clave en la selección de los miembros de los comités editoriales (Raelin, 2008) y la inclusión en uno o varios de ellos es un indicador de prestigio y reconocimiento así como un criterio positivamente valorado en las promociones y ejercicios de evaluación académica (Bedeian, Van Fleet y Hyman, 2009). La influencia de los comités editoriales se manifiesta en la metáfora de los «guardianes del conocimiento», una tesis que reconoce su relevancia a la hora de modelar y definir lo que se publica y, en consecuencia, lo que se considera y establece como científico (Rosenstreich y Wooliscroft, 2006). Por lo tanto, calibrar la diversidad geográfica y de género de los comités editoriales en ciencias de la comunicación es importante por varias razones. Primero, porque la limitada inclusión de ciertas geografías minimiza la presencia global de objetos, temáticas y regiones del mundo con un número limitado de académicos con dominio del inglés

y, por lo tanto, sus contribuciones intelectuales en el mercado internacional (Waisbord, 2015). En segundo lugar, a medida que las revistas científicas en comunicación diseminan el conocimiento que informa la investigación y la enseñanza, la falta de pluralidad geográfica y de género podría sesgar las contribuciones de la investigación (Luthra, 2015). En particular, si las perspectivas de las regiones del mundo minorizadas están pobremente representadas y comprendidas, el conocimiento científico transferido y aplicado industrialmente es fragmentario (Curran y Park, 2000), de igual modo que las perspectivas y líneas de investigación de las mujeres (Metz y Harzing, 2012). Por último, una distorsionada representación geográfica y de género en los comités editoriales no refleja ni la diversidad de la población ni la del campo científico, sino más bien una distribución del poder global (Alatas, 2003). Por tanto, los comités editoriales reproducirían los patrones generales de dominación en la economía y sociedad del mundo (Murphy y Zhu, 2012), y, en consecuencia, impedirían que las geografías y el género científicamente más invisibilizado participe del progreso del campo (Pearson, 2015), afectando negativamente al desarrollo de las ideas, expectativas, estilos y perspectivas de estos investigadores así como su proyección internacional.

El avance y crecimiento del conocimiento exige diversidad en los paradigmas de investigación y las metodologías en uso (Tung, 2006). Sin embargo, un grupo de personas con características sociodemográficas similares tiende a compartir experiencias y paradigmas comunes (Robinson y Dechant, 1997). Por tanto, los grupos demográficamente heterogéneos (como los configurados por diferentes geografías y géneros) ofrecen mayor pluralidad en sus enfoques, visiones y perspectivas, (Carter, Simkins y Simpson, 2003), mejorando la resolución de problemas y aumentando la creatividad y la innovación (Richard, 2000). La diversidad geográfica y de género es clave para enriquecer los consejos con experiencias, expectativas y puntos de vista diferentes (Rosentreich y Woolicraft 2006). Los investigadores de diferentes países y por lo tanto, con diferentes entrenamientos, afiliaciones académicas, orígenes doctorales y experiencias, tienden a partir de diferentes paradigmas y metodologías en la conceptualización y ejecución de su investigación (Metz y Harzing, 2012). Esta diversidad en el background del investigador amplía el campo de conocimiento (Tung, 2006). Por tanto, la estandarización geográfica y de género entraña un claro riesgo: la ignorancia de «lo otro», es decir, las expectativas, experiencias y prioridades de los países o personas excluidas (Livingstone, 2007).

Una miríada de factores (como la especialización de doctorado, el grupo de investigación o el propio contexto universitario) afecta a la definición de los editores sobre lo que establecen como excelencia científica (Tijssen, 2003). La diversidad demográfica es un proxy imperfecto, aunque aceptable, de la diversidad intelectual (Metz y Harzing, 2012). Los estudios sobre demografía consideran que las características demográficas son «aproximaciones razonables para las diferencias subyacentes en las cogniciones, los valores y las percepciones» (Joshi et al., 2010: 10). Por lo tanto, la estandarización geográfica y de género de los comités editoriales reduce potencialmente el alcance de lo que se publica (Harzing y Metz, 2013). Esta homogeneidad puede conducir también a un tratamiento preferencial de temas, visiones y enfoques particulares, en detrimento de otros (Livingstone, 2007). Por lo tanto, es deseable ampliar la diversidad geográfica y de

género con el objetivo de promover diferentes visiones del mundo (Waisbord, 2015).

A pesar de que la problematización de los niveles de inclusión geográfica y de género en los comités editoriales no ha sido una prioridad para la comunidad científica en comunicación, algunas investigaciones previas han ofrecido evidencias indirectas acerca de su infraestructura y naturaleza. En particular, la articulación de este cuerpo de estudios se estructura en torno a dos problemáticas inherentes al propio campo y que, de manera transversal, influyen en la configuración de sus comités editoriales: 1) la diversidad y pluralidad de la investigación, especialmente alrededor de las dificultades de su internacionalización (Curran y Park, 2000; Livingsstone, 2007), globalización (Asante, Miike y Yin, 2013; Waisbord, 2016) y su posible de-westernización (Gunaratne, 2010; Waisbord y Mellado, 2014) y 2) la identidad, soberanía, límites y paradigmas legítimos sobre los que descansan los estudios en comunicación (Craig, 1999; Donsbach, 2006). Esta investigación explora el dominio geográfico y de género «detrás del telón», y por lo tanto se sitúa en la intersección entre el poder y el saber. En base a estos objetivos, el estudio plantea las siguientes preguntas de investigación (PI):

PI 1: ¿Cómo se agrupan y diferencian los comités editoriales de las revistas seleccionadas en función de la diversidad geográfica y de género y el factor de impacto?

PI 2: ¿Cómo afecta el género y nacionalidad del editor, el género de los miembros editoriales, el factor de impacto, el número total de miembros editoriales, la afiliación de la revista a una asociación académica, la casa editora y la temática de la revista a la probabilidad de que de que un miembro editorial sea no estadounidense?

PI 3: ¿Cómo afecta el género y nacionalidad del editor, la nacionalidad de los miembros editoriales, el factor de impacto, el número total de miembros editoriales, la afiliación de la revista a una asociación académica, la casa editora y la temática de la revista a la probabilidad de que una mujer sea miembro editorial?

2. Material y métodos

Con el objetivo de responder a las preguntas de investigación planteadas se diseñó un análisis de contenido, estructurado en siete pasos: 1) establecimiento de las preguntas de investigación, 2) elección de las unidades de análisis, 3) descripción de las unidades de análisis, 4) diseño del libro de códigos, 5) aplicación de los códigos al contenido, 6) evaluación de la validez de los datos codificados y 7) ejecución de las técnicas de análisis estadístico. Específicamente, el estudio se centra en la diversidad geográfica y de género de 40 revistas indexadas en el ranking JCR (*Journal Citation Report*) entre el cuartil uno (Q1) y dos (Q2) de la categoría comunicación en el año 2015. El ranking JCR clasifica las revistas en función de su de impacto, una medida que refleja el promedio anual de citas de los artículos publicados en esa revista. Este ranking fue elegido por diversas razones. En primer lugar, porque frecuentemente se toma como proxy para valorar la importancia relativa de una revista dentro de su campo (Jacobs, 2016). Por lo tanto,

se asume que las revistas con un mayor factor de impacto son más relevantes. Además, y tal vez más importante, este ranking se utiliza cada vez más como fuente de referencia para los ejercicios de evaluación (Goyanes, 2019) y, en consecuencia, las instituciones académicas tienden a incentivar a sus académicos a publicar sus investigaciones en esas revistas. En este sentido, muchos países han adoptado formal e informalmente el ranking JCR para disciplinar y recompensar a sus académicos e instituciones.

El ranking JCR divide las revistas indexadas en cuatro cuartiles (Q), en función de su factor de impacto. El factor de impacto de las revistas posicionadas en los cuartiles uno y dos (Q1 y Q2) es mayor que las posicionadas en los cuartiles tres y cuatro (Q3 y Q4). En el campo de las ciencias de la comunicación durante el año 2015, 79 revistas fueron indexadas. Las razones para la selección de las revistas clasificadas entre el Q1 y Q2 son fundamentalmente tres: 1) tienen el factor de impacto más alto en el campo de ciencias de la comunicación, 2) todas ellas son vistas y evaluadas como espacios para la publicación internacional de investigaciones de calidad en comunicación, 3) representan una muy buena diversidad en lo que respecta a la investigación que publican.

Todas las variables fueron codificadas por un codificador independiente entrenado para capturar los datos más relevantes. Para asegurar la confiabilidad entre codificadores, el autor del estudio codificó de forma independiente una selección aleatoria del 20% de las observaciones. El coeficiente de fiabilidad entre codificadores de Cohen kappa (Cohen, 1960), que ajusta la proporción de coincidencia entre codificadores, se evaluó utilizando las pautas descritas por Landis y Koch (1977). La fortaleza del coeficiente kappa es la siguiente: 0.01-0.20 leve; 0.21-0.40 justo; 0.41-0.60 substancial; 0.81-1.00 casi perfecto. El análisis proporcionó una fiabilidad entre evaluadores del 92% y un coeficiente del 0,69. Por lo tanto, la confiabilidad entre codificadores fue sustancial. Las discrepancias entre codificadores fueron resueltas mediante una discusión. Este conjunto de datos definitivo y resuelto fue el usado en el análisis.

2.1. Libro de códigos

Una guía de codificación fue diseñada para responder las preguntas de investigación. Esta guía de codificación fue revisada por un especialista en análisis de contenido y tres investigadores más, con el objetivo de determinar qué elementos podrían ser agregados o modificados para capturar el enfoque del estudio. Se utilizó un borrador como guía de codificación para evaluar una submuestra de 100 miembros editoriales. En esta prueba no se detectaron problemas relevantes en la codificación. A continuación se identificaron cada uno de los apartados en que se estructura el libro de códigos así como sus categorías de análisis.

2.1.1. Variables independientes

Identificación general de la unidad de análisis: esta sección inicial consiste en datos relacionados con el número de la unidad de análisis, el nombre del miembro

editorial (incluyendo al editor/a en jefe, editores/as, editores/as asociados y el consejo editorial internacional) y la fecha de codificación.

- Revista: Esta sección consiste en datos relacionados con las cuarenta revistas que conforman la muestra. La lista se detalla en la tabla 1.

- Nacionalidad del editor/a: esta sección analiza el origen geográfico del editor/a de la revista. Su nacionalidad se codificó en función del país de afiliación universitaria del editor/a en el tiempo de análisis (0 = No estadounidense, 1 = Estadounidense). El estudio se centra en el editor, más que en el país donde se publica la revista, ya que el editor tiene más influencia en la composición de los consejos que la casa editora (Harzing y Metz, 2013). Además, no se podría considerar estadounidense, por ejemplo, todas las revistas editadas por Taylor & Francis simplemente por el hecho de que la casa editora esté ubicada en esa geografía. Las revistas *European Journal of Communication* y *Language and Communication* fueron descartadas en la codificación de esta variable al estar editadas por tres y dos académicos de nacionalidades distintas.

- Género del editor/a: esta sección analiza el género del editor/a de la revista (0 = Hombre, 1 = Mujer). La revista *Language and Communication* fue descartada en la codificación de esta variable al estar editada por dos académicos de diferente género.

- Factor de impacto: esta sección analiza el factor de impacto de las revistas. El factor de impacto se toma del ranking JCR del año 2015 y se mide cuantitativamente (factor de impacto mayor: 3.54 [*Journal of Computer-Mediated Communication*], factor de impacto menor: 0.86 [*Environmental Communication*])

- Número de consejeros editoriales: esta sección analiza el número total de miembros que conforman el comité editorial de las revistas seleccionadas (Mayor número de consejeros: 144 [*International Journal of Advertising*], menor número de consejeros: 20 [*Language and Communication*]).

- Temática: esta sección estudia la temática científica central de las revistas seleccionadas (1 = Lenguaje, Escritura e Interacciones Personales, 2 = Periodismo, 3 = Publicidad y Relaciones Públicas, 4 = Sociología de los medios de comunicación, 5 = Comunicación en salud, 6 = Ciencias Políticas y Opinión Pública, 7 = Comunicación y Ciencia, 8 = Gestión y Políticas de la Comunicación, 9 = Comunicación).

- Afiliación a una asociación académica: esta sección estudia si las revistas seleccionadas pertenecen o forman parte de una asociación académica (0 = No tiene una afiliación, 1 = Sí tiene una afiliación). En total se identifican 15 revistas publicadas en nombre de 10 asociaciones académicas (como la ICA, AAA, AEJMC, etc.)

- Casa editora: esta sección estudia las compañías editoriales que publican las revistas (1 = Willey, 2 = Sage, 3 = Elsevier, 4 = Independiente, 5 = Taylor & Francis).

2.1.2. Variables dependientes

- Nacionalidad de los consejeros editoriales: esta sección analiza el origen geográfico de los miembros editoriales. Su nacionalidad se codificó en función del

país de afiliación universitaria en el tiempo de análisis. Siguiendo el procedimiento de investigaciones previas (Harzing y Metz, 2013), se adoptó un enfoque binomial (0 = No estadounidense, 1 = Estadounidense), con el objetivo de capturar las probabilidades de representación y diferencias de inclusión de un único país respecto al resto del mundo.

- Género de los consejeros editoriales: esta sección analiza el género de los miembros editoriales (0 = Hombre, 1 = Mujer).

3. Análisis y resultados

3.1. Pregunta de investigación 1: agrupación y diferenciación de los comités editoriales

Un total de 2.715 académicos configuran los comités editoriales de la selección de revistas. La nacionalidad dominante es Estados Unidos (N = 1.733, 64.3%), seguido por el Reino Unido (N = 209, 7.8%), Australia (N = 73, 2.7%), Canadá (71, 2.6%) y Alemania (N = 57; 2,1%). Estos cinco países representan el 79.5% de las contribuciones totales. El 64,3% de los miembros editoriales son de nacionalidad estadounidense, frente al 35,7% del resto del mundo, lo que sugiere una limitada inclusión geográfica de carácter estructural. En cuanto al género, el 62,5% de los consejeros editoriales es hombre, frente al 35,5% de las mujeres. Se diseña un análisis de conglomerados de *k* medias para clasificar y agrupar los consejos editoriales en función del parecido o similitud entre ellas. El análisis se efectúa en base a tres variables clasificadoras: el factor de impacto, el género de los miembros editoriales y su nacionalidad. Los resultados del análisis muestran, por tanto, la orientación a la diversidad de género y geográfica de las revistas en función del efecto del factor de impacto.

Tabla 1. Análisis de conglomerados de *k* medias

Conglomerado	Características	Revistas
Vanguardia geográfica		<i>Political Communication; Communication Monographs; Health Communication; Journal of Social and Personal Relationships; Comunicar; Public Opinion Quarterly; Language and Communication; Media Psychology; Journal of Language and Social Psychology; Journalism; Public Relations Review; International Journal of Advertising; Journalism and Mass Communication Quarterly; Discourse and Society; European Journal of Communication; Journalism Studies; International Journal of Public Opinion Research; Mass Communication and Society; Journal of Advertising Research; Telecommunications Policy; Journal of Public Relations Research; Journal of Broadcasting and Electronic Media; Media Culture and Society; Personal Relationship; Environmental Communication.</i>
Centroide impacto: 1,19	Factor de impacto bajo, diversidad de género media, diversidad geográfica alta	
Centroide género: 0,378		
Centroide geografía: 0,39		
Numero de revistas = 25		
Número de casos = 1.625		

Vanguardia de género		
Centroide impacto: 3,20	Factor de impacto alto, diversidad de género alta, diversidad geográfica media	<i>Journal of Computer-Mediated Communication; New Media and Society; Journal of Communication.</i>
Centroide género: 0,409		
Centroide geografía: 0,33		
Numero de revistas = 3		
Número de casos = 251		
Conservadoras		
Centroide impacto: 2,08	Factor de impacto medio, diversidad de género baja, diversidad geográfica baja.	<i>Communication Research; Communication Theory; Human Communication Research; Journal of Advertising; Written Communication; Information, Communication and Society; Journal of Health Communication; Journal of Press Politics; Public Understanding of Science; Management Communication Quarterly; Science Communication; Research on Language and Social Interaction.</i>
Centroide género: 0,365		
Centroide geografía: 0,31		
Numero de revistas = 12		
Número de casos = 839		

El análisis de conglomerados revela tres agrupaciones de revistas. El conglomerado 1, la vanguardia geográfica, representa a la gran mayoría de revistas científicas y se define por su bajo factor de impacto y su orientación a la diversidad geográfica en la configuración de sus comités editoriales. Por lo tanto, las revistas con mayor diversidad geográfica cuentan con un menor factor de impacto y una diversidad de género media. El conglomerado 2, la vanguardia de género, representa una minoría de revistas y se clasifican en función de su alta diversidad de género y su alto factor de impacto. Por tanto, las revistas con mayor diversidad de género cuentan con un mayor factor de impacto y una diversidad geográfica media. Por último, el conglomerado 3, las conservadoras, representan a un total de doce revistas y son las de menor diversidad geográfica y de género en sus comités editoriales, a pesar de contar con un factor de impacto medio. Los resultados revelan, por tanto, un grupo de revistas (las conservadoras) poco orientadas tanto a la diversidad geográfica como de género, y otro grupo de revistas diferenciadas por su mayor diversidad geográfica (la vanguardia geográfica) y de género (la vanguardia de género).

3.2. Pregunta de investigación 2: diversidad geográfica de los comités editoriales

Con el objetivo de determinar los factores que afectan a la probabilidad de que un investigador no estadounidense sea seleccionado como miembro editorial se diseña una regresión logística binomial. El primer modelo explica el 9 o 13 por ciento de la varianza, el segundo modelo el 10 o 14 por ciento, mientras que el último explica el 14 o 20 por ciento de la varianza, sugiriendo un gran poder explicativo. En el primer bloque se introducen como variables independientes el género y nacionalidad del editor y el género de los miembros editoriales. La regresión logística muestra como las tres variables afectan positivamente a la probabilidad de que un miembro editorial sea no estadounidense. Así, si un hombre es el editor de una revista la probabilidad de que sus consejeros editoriales sean no estadounidenses es mayor que si fuese editada por una mujer ($\beta = 0,830; 2,29 e^x; p < 0,05$), si el editor de una revista es no estadounidense la probabilidad de que sus

consejeros editoriales sean no estadounidenses es mayor que si fuese editada por un estadounidense ($\beta = 0,915$; $2,49 e^x$; $p < 0,05$;) y, finalmente, los hombres miembros editoriales tienen más probabilidades de ser no estadounidenses que las mujeres ($\beta = 0,173$; $1,18 e^x$; $p < 0,05$).

En el segundo bloque se introducen como variables independientes el factor de impacto de la revista y el número total de miembros editoriales del consejo. La regresión muestra una asociación estadísticamente significativa y negativa entre el factor de impacto, el número de miembros editoriales y la probabilidad de que un miembro editorial sea no estadounidense. De esta forma, al aumentar el factor de impacto disminuye la probabilidad de que un miembro editorial sea no estadounidense. Por lo tanto, las revistas con mayor factor de impacto tienden a estar controladas por estadounidenses ($\beta = 0,179$; $0,83 e^x$; $p < 0,05$) y tienen una menor diversidad geográfica. Por otro lado, al aumentar el número de consejeros editoriales disminuye la probabilidad de que un miembro editorial sea no estadounidense. Por lo tanto, las revistas con consejos editoriales más numerosos tienden a tener más representación estadounidense que del resto del mundo ($\beta = -0,006$; $0,99 e^x$; $p < 0,05$).

En el tercer bloque se introducen como variables independientes la afiliación a una asociación, la casa editora y la temática central de la revista. En primer lugar, la regresión logística muestra como las revistas que no están afiliadas a una asociación académica tienen más probabilidades de contar con miembros editoriales no estadounidenses ($\beta = 0,468$; $1,59 e^x$; $p < 0,05$). En segundo lugar, respecto a Taylor & Francis, las editoriales Willey ($\beta = 1,293$; $3,64 e^x$; $p < 0,05$), Sage ($\beta = 0,308$; $1,36 e^x$; $p < 0,05$) y Elsevier ($\beta = 0,877$; $2,40 e^x$; $p < 0,05$), tienen más probabilidades de que un consejero editorial sea no estadounidense y, por lo tanto, ofrecen una mayor diversidad geográfica en la composición de sus consejos editoriales. Finalmente, en cuanto a la temática, la regresión logística muestra respecto a la temática en Comunicación una relación estadísticamente significativa y positiva con Periodismo ($\beta = 0,722$; $2,05 e^x$; $p < 0,05$), Publicidad y Relaciones Públicas ($\beta = 0,933$; $2,54 e^x$; $p < 0,05$), Sociología de los Medios de Comunicación ($\beta = 1,134$; $3,10 e^x$; $p < 0,05$), Comunicación y Ciencia ($\beta = 1,106$; $3,02 e^x$; $p < 0,05$) y Gestión y Políticas de la Comunicación ($\beta = 1,142$; $3,13 e^x$; $p < 0,05$). Por el contrario, respecto a Comunicación, la regresión logística muestra una relación estadísticamente significativa y negativa con Comunicación en Salud ($\beta = -0,759$; $0,46 e^x$; $p < 0,05$). Por lo tanto, en el primer grupo de temáticas, la probabilidad de que un miembro editorial sea no estadounidense es mayor que en la categoría de Comunicación y por ello, las revistas centradas en estas temáticas establecen consejos editoriales con una mayor diversidad geográfica. La temática en Comunicación en Salud es la única categoría en la que la probabilidad de que un miembro editorial sea no estadounidense es menor que en Comunicación. Por tanto, respecto a Comunicación, Comunicación en Salud, es la temática donde los consejos editoriales son menos diversos geográficamente.

Tabla 2. Regresión logística prediciendo la probabilidad de que un miembro editorial sea no estadounidense. La categoría en paréntesis es la tomada como referencia. * $p < .05$; ** $p < .01$.

Variables independientes	Bloque 1		Bloque 2		Bloque 3	
	β	Exp	β	Exp	β	Exp
Género del editor/a(Mujer)	0,830**	2,29	0,903**	2,46	0,966**	2,62
Nacionalidad del editor/a(EEUU)	0,915**	2,49	0,794**	2,21	0,798**	2,22
Género del miembro editorial(Mujer)	0,173*	1,18	0,166*	1,18	0,087	1,09
Factor de impacto			-0,179**	0,83	-0,287**	0,75
Número de miembros editoriales			-0,006**	0,99	-0,004	0,99
Afiliación a una asociación(SI)					0,468**	1,59
Casa editora(Taylor & Francis)						
Wiley					1,293**	3,64
Sage					0,308*	1,36
Independiente					0,265	1,30
Elsevier					0,877**	2,40
Temática(Comunicación)						
Lenguaje, Escritura e Interacciones					0,172	1,18
Periodismo					0,722**	2,05
Publicidad y RRPP					0,933**	2,54
Sociología de los Medios					1,134**	3,10
Comunicación en salud					-0,759*	0,46
Ciencias Políticas y Opinión Pública					0,372	1,45
Comunicación y Ciencia					1,106**	3,02
Gestión y Políticas Comunicación					1,142**	3,13
Nagelkerke	0,13		0,14		0,20	
Cox & Snell	0,09		0,10		0,14	
Chi-square	263,9**		31,52**		122,16**	

3.3. Pregunta de investigación 3: diversidad de género de los comités editoriales

Con el objetivo de determinar los factores que afectan a la probabilidad de que una mujer sea miembro editorial se diseña otra regresión logística. El primer modelo explica el 0.7 o el 0.5 por ciento de la varianza, el segundo modelo el mismo porcentaje, mientras que el último modelo explica el 3 o 4 por ciento de la varianza, sugiriendo, por tanto, un limitado poder explicativo. En el primer bloque se introducen como variables independientes el género y nacionalidad del editor y la nacionalidad de los miembros editoriales. La regresión muestra una asociación negativa con la nacionalidad del editor ($\beta = -0,227$; $0,99 e^x$; $p < 0,05$), mientras que la nacionalidad del miembro editorial se asocia positivamente a la probabilidad de que una mujer sea miembro editorial ($\beta = -0,168$; $1,18 e^x$; $p < 0,05$). Por lo tanto, en el primer caso, si el editor de una revista es no estadounidense la probabilidad

de que una mujer sea miembro editorial es menor que si el editor es estadounidense. Por tanto, las revistas editadas por académicos estadounidenses tienden a tener una mayor diversidad de género. Por otra parte, los miembros editoriales estadounidenses tienen una mayor probabilidad de ser mujeres frente a los no estadounidenses.

En el segundo bloque se introducen como variables independientes el factor de impacto de la revista y el número total de miembros editoriales del consejo. Ninguna de las dos variables es estadísticamente significativa. Por último, en el tercer bloque se introducen como variables independientes la afiliación a una asociación, la casa editora y la temática central de la revista. La regresión logística muestra una asociación estadísticamente significativa con la casa editora y la temática, pero no con la afiliación a una asociación. Respecto a Taylor & Francis, las revistas con una editora independiente ($\beta = -0,519$; $0,59 e^x$; $p < 0,05$) y la editorial Elsevier ($\beta = -0,490$; $0,61 e^x$; $p < 0,05$), tienen una menor diversidad de género. La regresión logística muestra respecto a la temática en Comunicación una relación estadísticamente significativa y negativa con Periodismo ($\beta = -0,625$; $0,53 e^x$; $p < 0,05$), Sociología de los Medios de Comunicación ($\beta = -0,369$; $0,69 e^x$; $p < 0,05$), y Ciencias Políticas y Opinión Pública ($\beta = -0,479$; $0,61 e^x$; $p < 0,05$). Por lo tanto, en este grupo de temáticas la probabilidad de que una mujer sea miembro editorial es menor que en la categoría de Comunicación. En el resto de temáticas no se observaron diferencias estadísticamente significativas.

Tabla 3. Regresión logística prediciendo la probabilidad de que un miembro editorial sea mujer. La categoría entre paréntesis es la tomada como referencia. * $p < .05$; ** $p < .01$.

Variables independientes	Bloque 1		Bloque 2		Bloque 3	
	β	Exp	β	Exp	β	Exp
Género del editor/a _(Mujer)	-0,009	0,99	-0,013	0,98	-0,084	0,92
Nacionalidad del editor/a _(EEUU)	-0,227*	0,79	-0,223*	0,80	-0,226*	0,79
Nacionalidad del miembro editorial _(No EEUU)	0,168*	1,18	0,165*	1,18	0,089	1,09
Factor de impacto			0,019	1,01	-0,021	0,97
Número de miembros editoriales			0,000	1,00	-0,003	0,99
Afiliación a una asociación _(Si)					-0,121	0,88
Casa editora _(Taylor & Francis)						
Wiley					-0,213	0,80
Sage					0,236	1,26
Independiente					-0,519**	0,59
Elsevier					-0,490*	0,61
Temática _(Comunicación)						
Lenguaje, Escritura e Interacciones					0,281	1,32
Periodismo					-0,625**	0,53
Publicidad y RRPP					0,113	1,11
Sociología de los Medios					-0,369*	0,69
Comunicación en salud					0,309	1,36
Ciencias Políticas y Opinión Pública					-0,479*	0,61
Comunicación y Ciencia					-0,057	0,94
Gestión y Políticas Comunicación					-0,331	0,71
Nagelkerke	0,007		0,007		0,04	
Cox & Snell	0,005		0,005		0,03	
Chi-square	13,8**		0,1		66,8**	

4. Discusión y conclusiones

El presente artículo analiza la diversidad geográfica y de género de una selección de revistas en comunicación indexadas en el ranking JCR entre el cuartil uno (Q1) y cuartil dos (Q2) durante el año 2015. Mediante un análisis de conglomerados inicialmente se agrupan las revistas en función de la similitud o diferencia de acuerdo a tres criterios: la diversidad geográfica y de género de los comités editoriales y el factor de impacto. Los resultados muestran tres conglomerados que definen la mayor o menor orientación geográfica y de género así como la influencia del factor de impacto (vanguardia geográfica, vanguardia de género y conservadoras). Con el objetivo de explorar la probabilidad de inclusión de los investigadores no estadounidenses y de las mujeres en los órganos editoriales, se diseñan dos regresiones logísticas, tomando como variables independientes los siguientes factores: el género y nacionalidad del editor/a, el número total de miembros editoriales de la revista, el factor de impacto, la afiliación de la revista a una asociación académica, la casa editora y la temática de la revista. El estudio ofrece hallazgos sustantivos con los que evidenciar una limitada y estructural diversidad geográfica y de género en las revistas en comunicación más importantes. Concretamente, los resultados muestran una exagerada dominación de determinadas zonas geográficas (especialmente Estados Unidos) y de los hombres. Los hallazgos se encajan, sin embargo, dentro de un contexto socio-científico en el que la heterogeneidad y pluralidad, se constituyen como valores clave del progreso social y científico (Goyanes, 2019; Alvesson, Gabriel y Paulsen, 2017).

El estudio demuestra cómo la intersección entre el poder y el conocimiento está dominado por un puñado de países y perfiles académicos. Fundamentalmente, el campo en ciencias de la comunicación se divide en dos zonas de dominación, una de control estadounidense y otro masculino. De modo general, los consejos editoriales son de nacionalidad norteamericana o de habla inglesa, mientras los países europeos con una amplia tradición científica y teórica son limitadamente demandados, espacio que ocupan países occidentales y/o orientales. Asimismo, la representación femenina es significativamente menor que la masculina, lo que supone un claro desafío a la pluralidad de las líneas de investigación, expectativas y visiones del mundo (Metz y Harzing, 2012). El estudio sugiere que a pesar de las diferentes culturas epistemológicas (Knorr-Cetina, 1981), existe en las elites del campo una visión colectivamente aceptada de lo que se considera científico. Los órganos editoriales y, por tanto, los investigadores que participan en los circuitos de mayor impacto, establecen, comparten y legitiman unos criterios estándares de producción y verificación científica que da origen a la representación (Murphy y Zhu, 2012). Estos criterios o prácticas de investigación reflejan estructuralmente el *ethos* científico estadounidense y masculino.

Sin embargo, los hallazgos muestran como esta estandarización geográfica y de género tiene fuertes defensores y retadores, en función de determinadas características de la revista, los miembros editoriales y los propios editores. En primer lugar, una mayor diversidad geográfica se relaciona positivamente con la edición de un hombre y la nacionalidad estadounidense, así como los hombres miembros editoriales. De la misma manera, los comités editoriales más pequeños (los que cuentan con menor número de consejeros) y las revistas con menor factor

de impacto, son más diversas geográficamente. Por tanto, las revistas con mayor factor de impacto tienen una menor diversidad geográfica y, en consecuencia, son de mayor dominio norteamericano. Las revistas no afiliadas a una asociación académica y las publicadas por las casas editoras Willey, Sage y Elsevier (respecto a Taylor & Francis), cuentan con comités editoriales más diversos geográficamente. Finalmente, la categoría en comunicación se revela como una de las temáticas centrales en la resistencia a la diversidad geográfica. Tan solo la temática en Comunicación en Salud cuenta con comités editoriales menos plurales geográficamente y por lo tanto es la sub-disciplina más americanizada. Por otra parte, la diversidad de género en los comités editoriales es mayor si el editor de una revista es estadounidense y si los miembros editoriales también lo son. De igual manera, las únicas temáticas en las que los comités editoriales tienen menor diversidad de género respecto a Comunicación son Periodismo, Sociología de los Medios de Comunicación, y Ciencias Políticas y Opinión Pública, lo que sugiere que son las temáticas más masculinizadas. En el resto de temáticas no se observaron diferencias estadísticamente significativas.

En conclusión, dada la creciente relevancia de la pluralidad como mecanismo para desafiar las estructuras de un campo, es necesario retar la limitada diversidad geográfica y de género en los consejos editoriales. Más específicamente, se proponen tres estrategias prácticas con las que ampliar las visiones, normas y valores que regulan la conducta productiva y, por tanto, la composición editorial de las revistas de mayor impacto. En primer lugar, las casas editoras podrían desempeñar un papel clave al instar a los editores a ampliar la cobertura internacional de las revistas y así, incluir aquellas problemáticas, temas y aproximaciones que están actualmente marginadas. Los consejos editoriales podrían asimismo establecer nuevas políticas científicas y de género que fomenten el envío de artículos de o desde estas regiones sub-representadas e integrar estas políticas de publicación en las normas para autores. Finalmente, los autores también podrían contribuir en este esfuerzo integrando en sus proyectos de investigación estas regiones y utilizando como fuente de inspiración o base terrenos intelectuales diferentes a los sospechosos habituales. Dada la limitada representación demostrada, el estudio anima a las revistas a ampliar su diversidad geográfica y de género, incorporando las necesidades, prioridades y cultura científica de los más invisibilizados. Ello movilizaría un campo intelectual más creativo, diverso e interesante. Verdaderamente un conocimiento sin fronteras.

5. Limitaciones

La selección de revistas pertenece a los cuartiles uno y dos del índice JCR. Sin embargo, este ranking tiende a indexar revistas en inglés y a excluir publicaciones en otros idiomas. Esto podría explicar la exagerada representación de consejeros norteamericanos. Sin embargo, la mayoría de estas revistas afirman en sus bases una vocación internacional. Por ello, resulta justo su evaluación en términos de una limitada diversidad geográfica. En segundo lugar, la nacionalidad de los consejeros editoriales se codificó en función del país de afiliación universitaria. Sin embargo, en el campo hay investigadores con un perfil muy internacional, lo que significa

que su país de origen podría no estar alineado con su país de filiación. Finalmente, a pesar de que la diferenciación de los conglomerados se efectúe en función de un impacto bajo, medio o alto, todas las revistas disfrutaban de un alto factor de impacto. Por lo tanto, el análisis debe ser interpretado como un impacto bajo, medio o alto, dentro de las revistas más relevantes. Del mismo modo, la vanguardia geográfica y de género debe ser contextualizada en un entorno donde las geografías no estadounidenses y las mujeres son fuertemente invisibilizadas.

6. Referencias bibliográficas

- Alatas, Syed Farid (2003): "Academic dependency and the global division of labour in the social sciences". *Current Sociology*, 51 (6): 599–613. Doi: <https://doi.org/10.1177/00113921030516003>
- Alvesson, Mats; Gabriel, Yiannis; and Paulsen, Roland (2017): *Return to Meaning: A Social Science with Something to Say*. London, Oxford University Press.
- Asante, Molefi; Miike, Yoshitaka; and Yin, Jing (2013): *The global intercultural communication reader*. London, Routledge.
- Bedeian, Arthur; Van Fleet, David; and Hyman, Hugh (2009): "Circle the Wagons and Defend the Faith'. Slicing and Dicing the Data". *Organizational Research Methods*, 12 (2): 276–295. Doi: <https://doi.org/10.1177/1094428108319845>
- Carter, David; Simkins, Betty; and Simpson, Gary (2003): "Corporate governance, board diversity, and firm value". *Financial review*, 38 (1): 33–53. Doi: <https://doi.org/10.1111/1540-6288.00034>
- Craig, Robert (1999): "Communication theory as a field". *Communication theory*, 9 (2): 119–161. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x>
- Curran, James & Park, Myung-Jin (2000): *De-Westernizing media studies*. London: Routledge.
- Donsbach, Wolfgang (2006): "The identity of communication research". *Journal of Communication*, 56 (3): 437–448. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00294.x>
- Goyanes, Manuel (2019): "Editorial boards in communication sciences journals: Plurality or standardization?". *International Communication Gazette*, 1-23. Doi: [10.1177/1748048518825322](https://doi.org/10.1177/1748048518825322)
- Goyanes, Manuel (2017): *Desafío a la investigación estándar en comunicación: Crítica y alternativas*. Barcelona, Editorial UOC.
- Gunaratne, Shelton (2010): "De-Westernizing communication/social science research: Opportunities and limitations". *Media, Culture & Society*, 32 (3): 473–500. Doi: <https://doi.org/10.1177/0163443709361159>
- Jagsi, Reshma, et al. (2008): "The representation of women on the editorial boards of major medical journals: a 35-year perspective". *Archives of internal medicine*, 168 (5): 544–548. Doi: <https://doi.org/10.1001/archinte.168.5.544>

- Livingstone, Sonia (2007): "Internationalizing media and communication studies: Reflections on the International Communication Association". *Global Media and Communication*, 3 (3): 273–288.
- Luthra, Rashmi (2015): "Transforming global communication research with a view to the margins". *Communication Research and Practice*, 1 (3): 251–257. Doi: <https://doi.org/10.1080/22041451.2015.1079156>
- Metz, Isabel & Harzing, Anne-Wil (2012): "An update of gender diversity in editorial boards: a longitudinal study of management journals". *Personnel Review*, 41 (3): 283–300. Doi: <https://doi.org/10.1108/00483481211212940>
- Murphy, Jonathan & Zhu, Jingqi (2012): "Neo-colonialism in the academy? Anglo-American domination in management journals". *Organization*, 19 (6): 915–927. Doi: <https://doi.org/10.1177/1350508412453097>
- Pearson, Mark (2015): "Enlightening communication analysis in Asia–Pacific: Media studies, ethics and law using a Buddhist perspective". *International Communication Gazette*, 77 (5): 456–470. Doi: <https://doi.org/10.1177/1748048515586945>
- Raelin, Joseph (2008): "Refereeing the game of peer review". *Academy of Management Learning & Education*, 7 (1): 124–129. Doi: <https://doi.org/10.5465/amle.2008.31413869>
- Rosenstreich, Daniela & Wooliscroft, Ben (2006): "How international are the top academic journals? The case of marketing". *European Business Review*, 18 (6): 422–436. Doi: <https://doi.org/10.1108/09555340610711067>
- Tijssen, R. J. (2003): "Scoreboards of research excellence". *Research Evaluation*, 12 (2): 91–103. Doi: <https://doi.org/10.3152/147154403781776690>
- Waisbord, Silvio (2016): "Communication studies without frontiers? Translation and cosmopolitanism across academic cultures". *International Journal of Communication*, 10, 868–886.
- Waisbord, Silvio & Mellado, Claudia (2014): "De-Westernizing communication studies: A reassessment". *Communication Theory*, 24 (4): 361–372. Doi: <https://doi.org/10.1111/comt.12044>

Manuel Goyanes es profesor e investigador en *Gestión y sociología de la empresa informativa* en la Universidad Carlos III de Madrid y visiting fellow en el departamento Media and Communications de la London School of Economics. Sus principales líneas de investigación son la gestión de la empresa informativa y la sociología de las ciencias de la comunicación. Sus trabajos han aparecido en revistas como *Información, Communication & Society, Journalism, Journalism Studies, Journalism Practice, International Journal of Communication*, etc.