

El Etnocentrismo como objeto de investigación: un enfoque bibliométrico

Ethnocentrism as a research object: A bibliometric approach

Fernando Alonso Botello-Juárez¹, Rosa Lidia Vega-Almeida², Ricardo Arencibia-Jorge³

¹ Biblioteca, Plantel Sur 1, Universidad de Insurgentes, Ciudad de México (México).

Email: ferbopolis@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0009-2989-5374>.

² Centro de Ciencias de la Complejidad, Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México (México).

Email: vegaalmeida.rosa@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4203-6207>.

³ Centro de Ciencias de la Complejidad, Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México (México).

Email: ricardo.arencibia@c3.unam.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8907-2454>.

Autor correspondiente.

RESUMEN

Objetivo. Caracterizar la producción científica mundial sobre etnocentrismo y describir la evolución de sus líneas de investigación a lo largo de los últimos 80 años.

Diseño/ Metodología/ Enfoque. Se utilizó Web of Science como fuente de datos. Se analizaron artículos relacionados con el estudio del etnocentrismo mediante métodos bibliométricos, como la Ley de Bradford y el acoplamiento bibliográfico. También se desarrolló una revisión bibliográfica para describir los principales frentes de investigación identificados.

Resultados/ Discusión. Se observó un crecimiento exponencial de la literatura, así como la ausencia de revistas especializadas en el tema, y un paulatino aumento de disciplinas que estudian el etnocentrismo, lo que muestra una actividad investigativa en proceso de expansión y consolidación. Se identificaron y describieron tres principales frentes de investigación, centrados en el estudio de la personalidad de los individuos etnocéntricos, sus actitudes grupales y su comportamiento como consumidores de productos y servicios.

Conclusiones. El estudio proporcionó una visión general completa del estado actual de la investigación sobre etnocentrismo, su evolución y significado en diversos contextos históricos y disciplinarios. La ausencia de una investigación bibliotecaria sólida sobre este tema brinda oportunidades para estudios futuros sobre los sesgos etnocéntricos en las colecciones bibliográficas, la educación de los usuarios y los sistemas de clasificación.

Recibido: 06-12-2023. **Aceptado:** 10-03-2024. **Publicado:** 19-03-2024

Editor: Adilson Luiz Pinto

Cómo citar: Botello-Juárez, F. A., Vega-Almeida, R. L., & Arencibia-Jorge, R. (2024). Ethnocentrism as a research object: a bibliometric approach. *Iberoamerican Journal of Science Measurement and Communication*; 2(1), 1-20. DOI: 10.47909/ijsmc.100

Copyright: © 2024 The author(s). This is an open access article distributed under the terms of the CC BY-NC 4.0 license which permits copying and redistributing the material in any medium or format, adapting, transforming, and building upon the material as long as the license terms are followed.

Originalidad/Valor. Hasta donde sabemos, este es el primer estudio bibliométrico que analiza la evolución de la investigación sobre etnocentrismo de forma global. Constituye también una primera aproximación al estudio del etnocentrismo en el campo de la Bibliotecología y la Ciencia de la Información.

Keywords: etnocentrismo; bibliometría; mapeo bibliométrico; acoplamiento bibliográfico; Ley de Bradford.

ABSTRACT

Objective. To characterize the world's scientific production on ethnocentrism and describe the evolution of its research lines over the last 80 years.

Design/Methodology/Approach. Web of Science was used as a data source. Articles related to the study of ethnocentrism were analyzed using bibliometric methods, such as Bradford's Law and bibliographic coupling. A bibliographic review was also developed to describe the main research fronts identified.

Results/Discussion. An exponential growth of literature was observed, as well as the absence of specialized journals on the subject, and a gradual increase of disciplines studying ethnocentrism, which shows a research activity in process of expansion and consolidation. Three main research fronts were identified and described, focused on the study of the personality of ethnocentric individuals, their group attitudes, and their behavior as consumers of products and services.

Conclusions. The study provided a comprehensive overview of the current state of research on ethnocentrism, its evolution and significance in various historical and disciplinary contexts. The absence of solid library research on this topic provides opportunities for future studies on ethnocentric biases in bibliographic collections, user education, and classification systems.

Originality/Value. To our knowledge, this is the first bibliometric study that analyzes the evolution of research on ethnocentrism in a global way. It also constitutes a first approach to the study of ethnocentrism in the field of Library and Information Science.

Keywords: ethnocentrism, bibliometrics, bibliometric mapping, bibliographic coupling, Bradford's Law.

INTRODUCCIÓN

EL DESARROLLO alcanzado por la humanidad en el decurso histórico sería inconcebible sin sus mecanismos de adaptación para poder vivir en sociedad. Durante este proceso, los seres humanos han establecido bases morales, culturales e ideológicas que conforman lo que se ha denominado "identidad cultural". En cada región poblada del orbe se manifiesta este fenómeno, que caracteriza y acompaña a las personas a nivel grupal e individual durante su vida. Sin embargo, ha sido una característica muy común que los diferentes grupos, etnias o sociedades tengan una actitud de superioridad sobre las demás, y asuman una posición donde su cultura se convierte en criterio de exclusividad para interpretar y valorar el comportamiento de los demás. A esta tendencia ideológica, que ha dado lugar a innumerables conflictos a lo largo de la historia, y que se asocia a conductas y acciones de violencia, xenofobia, discriminación, prejuicios, separación de grupos, descalificación y creación de estereotipos

negativos hacia otras personas, se le denomina etnocentrismo.

El concepto de etnocentrismo fue introducido en el ámbito de la sociología por William Graham Summer, y se define como la "visión de las cosas en la que el propio grupo es el centro de todo, y todos los demás están escalados y clasificados con referencia a él" (Summer, 1906). Al combinar la creencia en que la propia cultura es superior a otras, junto con la práctica de juzgar otras culturas con los estándares de una cultura específica, el término ha derivado en múltiples definiciones para un mismo fenómeno, como pueden ser el eurocentrismo (que centraliza la experiencia europea occidental por sobre el resto de las civilizaciones), o el sinocentrismo (supremacía china sobre el resto de las naciones). Incluso, ha sido extrapolado a otros ámbitos.

En el caso de la economía, por ejemplo, se presenta como un rasgo de la personalidad que representa las creencias de los consumidores sobre lo inapropiado de comprar productos originarios de un país extranjero (Shimp y

Sharma, 1987). De esta forma, un consumidor etnocéntrico siempre se manifestará a favor de los productos locales (desarrollados por su grupo, etnia o sociedad) sobre los productos foráneos, manteniendo una obligación moral de proteger la economía local a través de sus elecciones de consumo (Balabanis & Siamagka, 2017). En contraposición, se ha denominado xenocentrismo (Kent y Burnight, 1951) al hecho de pensar que la cultura propia es inferior a otras y resulta un obstáculo para la prosperidad y el desarrollo personal. Un consumidor con esta conducta siempre tendría una posición a favor de los productos foráneos sobre los nacionales durante su elección (Balabanis y Diamantopoulos, 2016).

Desde la introducción del término, cientos de investigadores de todo el mundo han realizado aportes desde la Psicología, la Antropología y otros dominios del conocimiento dentro de las Ciencias Sociales y Humanidades. En el contexto de las disciplinas informacionales, sería muy importante conocer la manera en que el concepto se ha apropiado para estudiar fenómenos relacionados con el comportamiento de autores y usuarios de sistemas de información. No obstante, la existencia de estudios cuantitativos que analicen la evolución de la investigación en torno a estos temas resulta insuficiente. Hay desconocimiento general en torno a cómo se conforman los principales frentes de investigación y las temáticas más importantes involucradas en los estudios. Particularmente, es escasa o inexistente la producción científica que identifique y caracterice los principales estudios sobre etnocentrismo en el área de la Bibliotecología y la Ciencia de la Información.

ANTECEDENTES

La utilización de técnicas bibliométricas para analizar temas vinculados con el etnocentrismo ha sido escasa, y especialmente dirigida a estudiar el fenómeno dentro de un contexto económico o sociocultural determinado. El etnocentrismo en el contexto de las relaciones comerciales fue el más abordado. Los investigadores norteamericanos Saeed Samiee y Brian Chabowski analizaron a la literatura sobre Marketing internacional durante el período 1999-2008 a través del análisis factorial combinatorio, el análisis de conglomerados

jerárquicos y el escalamiento multidimensional (Samiee y Chabowski, 2012). Los autores determinaron la base intelectual que conforma la investigación sobre Marketing internacional, y mediante técnicas de análisis de co-citación pudieron identificar un conjunto de investigaciones focalizadas en cómo las empresas orientadas al mercado gestionan globalmente la animosidad (hostilidad) y el etnocentrismo de los consumidores.

En un trabajo posterior, ambos autores volvieron a emplear el análisis de citas y las cocitaciones para estudiar las publicaciones sobre los orígenes de productos y marcas (Samiee y Chabowski, 2021). En este caso, utilizaron mapas bibliométricos basados en escalamiento multidimensional para describir la estructura del dominio de conocimiento y determinar nuevas direcciones de investigación. La orientación cultural y la animosidad de los consumidores fue uno de los elementos observados en los frentes temáticos, a partir de la aplicación de la escala de etnocentrismo del consumidor (CETSCALE) propuesta por Shimp y Sharma (1987). Las investigaciones caracterizadas mostraban cómo el etnocentrismo (o el xenocentrismo) pueden conducir hacia cogniciones y efectos nacionales favorables o desfavorables en la evaluación de los productos. Específicamente, se centraban en cómo afecta la orientación cultural, los niveles de experiencia y las condiciones económicas de los consumidores; así como, los tipos de productos y los tipos de nacionalidad de los productos, en ambos contextos. En este sentido, se argumentó que la relación entre los diferentes componentes de la orientación al cliente y la evaluación del producto seguían siendo aspectos poco explorados por la literatura.

En este mismo ámbito, el investigador indio Som Sekhar Bhattacharyya realizó una revisión sistemática sobre la literatura relacionada con estrategias empresariales internacionales, con vistas a analizar este dominio del conocimiento y desarrollar un esquema de clasificación para caracterizarlo (Bhattacharyya, 2020). El autor identificó seis elementos conceptuales básicos y 12 tipos de estrategias en torno al papel dominante desempeñado por los países de origen y de acogida en el contexto del mercado internacional. El aspecto etnocéntrico (particularmente, el etnocentrismo del consumidor) fue uno de los elementos indirectamente valorados

en el proceso de identificación de estas 12 estrategias, y fue uno de los aspectos a considerar a la hora de planificar y ejecutar una estrategia exitosa de penetración en un mercado extranjero, y sobre todo en los procesos de mediación y moderación para lograrlo. Una metodología diferente, pero con iguales resultados, fue ejecutada por un grupo de investigadores indios y estadounidenses. En este caso, los autores estudiaron 27 años de la revista *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* mediante técnicas de mapeo bibliométrico basado en acoplamiento bibliográfico (Donthu *et al.*, 2021). El estudio abarcó diversos períodos de la revista, y uno de los más importantes hallazgos entre los diversos frentes de investigación fue la emergencia de los trabajos sobre Marketing y etnocentrismo del consumidor.

Tal vez, la clara emergencia de este campo derivó en su consideración como tema de estudio por los investigadores franceses Sara Tahali, Hélène Yildiz y Joseph Kaswengi. El estudio se centró en la investigación especializada en el etnocentrismo del consumidor durante el período 1984-2021. Los autores determinaron a través de técnicas bibliométricas (análisis de co-autoría, co-citación y co-ocurrencia de palabras clave) cómo este tipo de investigación se relaciona con el comercio internacional (Tahali, Yildiz y Kaswengi, 2022). Entre sus principales hallazgos, observaron cómo los datos de inflación reportados por el Banco Mundial y la producción científica sobre el tema crecieron de manera paralela; lo cual demostró, según ellos, los efectos de la globalización sobre la investigación. Así mismo, los tres principales frentes de investigación identificados fueron: los fundamentos teóricos del etnocentrismo, la operatividad del concepto de etnocentrismo, y la intersección entre la investigación sobre el aspecto operativo y el aspecto conceptual. Este último, es el que más mutaciones experimentó entre los diferentes subperíodos analizados en el estudio (Tahali, Yildiz y Kaswengi, 2022).

El etnocentrismo en el contexto de los servicios de hostelería y turismo fue abordado por dos interesantes investigaciones en España y China, respectivamente. Jaime José Orts Cardador y colaboradores analizaron el período comprendido entre 1991 y el 2022 en el Web de la Ciencia, y realizaron una descripción general de la producción científica (principales

artículos, autores, instituciones, revistas, redes de colaboración y frentes temáticos) (Orts Cardador *et al.*, 2023). Un trabajo más exhaustivo fue ejecutado por las investigadoras Lingxu Zhou, Jingyu Liu y Deguang Liu, quienes combinaron métodos bibliométricos, análisis de contenido y análisis crítico para estudiar la discriminación en los servicios hoteleros y turísticos. La investigación caracterizó las áreas temáticas clave sobre el tema, y propuso estrategias prácticas para reducir la discriminación y mejorar la igualdad en este ámbito (Zhou, Liu y Liu, 2022). El etnocentrismo se consideró entre las principales causas de discriminación. El estudio señaló que, si bien se habían estudiado los impactos de la discriminación, las investigaciones sobre las características y naturaleza del fenómeno seguían siendo muy contextualizadas y mal conceptualizadas.

En el ámbito de la industria alimenticia, el profesor noruego John Thogersen desarrolló una revisión sistemática sobre el etnocentrismo en el proceso de toma de decisiones con respecto al consumo de productos alimenticios nacionales o internacionales (Thogersen, 2023). El autor utilizó elementos bibliométricos durante la selección de las investigaciones a considerar en el estudio, y encontró un fuerte sesgo etnocéntrico, no sólo en relación con los productos que compran los consumidores, sino aún más en cuanto a sus creencias sobre productos de diferentes orígenes. Thogersen detectó que el desconocimiento juega un papel importante en la comprensión e interpretación de la información sobre el origen de los alimentos por parte de los consumidores.

Desde enfoques sociológicos, autores como el noruego Harald Saetren y el japonés Lee Thomson también consideraron la bibliometría en su metodología. En uno de los primeros estudios bibliométricos identificados, Saetren (2005) identificó en la literatura internacional un fuerte sesgo etnocéntrico hacia el hemisferio occidental en la investigación sobre implementación de políticas públicas. El autor consideró en su análisis que algunos sectores políticos recibieron mucha más atención que otros. Por su parte, Thompson examinó el carácter distintivo de la investigación sociocultural sobre el deporte en Japón, e identificó que la aproximación teórica y metodológica de los sociólogos japoneses era muy dependiente de estrategias desarrolladas

en occidente. En sentido general, el autor consideró que la generación de conceptos universales a partir de conceptos asiáticos particulares era el principal desafío para obtener una respuesta eficaz al etnocentrismo imperante, y así lograr una sociología del deporte más internacional y universal (Thompson, 2015).

Fuera de estas investigaciones, no se encontró ningún otro estudio bibliométrico que se enfocara en el etnocentrismo como tema de investigación general. Por tanto, la presente investigación constituye el primer estudio bibliométrico que analiza la evolución de la investigación sobre el etnocentrismo de manera global, utilizando como fuente los índices de citas que conforman el Web de la Ciencia (*Clarivate Analytics*). Además, dada la formación académica y el interés particular de los autores del presente artículo, constituye también un primer acercamiento al estudio del etnocentrismo en el campo de la Bibliotecología y Ciencia de la Información.

OBJETIVOS

La presente investigación se ha trazado como objetivo principal la caracterización de la

producción científica mundial sobre etnocentrismo, utilizando para ello métodos bibliométricos y de revisión bibliográfica. Específicamente, el estudio persigue identificar las tendencias en materia de producción e impacto científico, observar la dispersión de la literatura relacionada con el tema, determinar los frentes de investigación y las principales temáticas involucradas en los estudios, y explorar la relevancia del tema en el contexto de los estudios bibliotecológicos y de la información.

METODOLOGÍA

En el presente estudio se utilizó como fuente la Colección Núcleo del Web de la Ciencia, accesible desde la Biblioteca Digital de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). La selección tuvo como criterio primordial su aceptación nacional e internacional como fuente calificada de literatura científica (Birkle *et al.*, 2020); así como, la posibilidad de procesar los registros bibliográficos derivados de esta base de datos con técnicas bibliométricas basadas en análisis de citas. El abordaje metodológico se representa a través del siguiente flujo de trabajo:

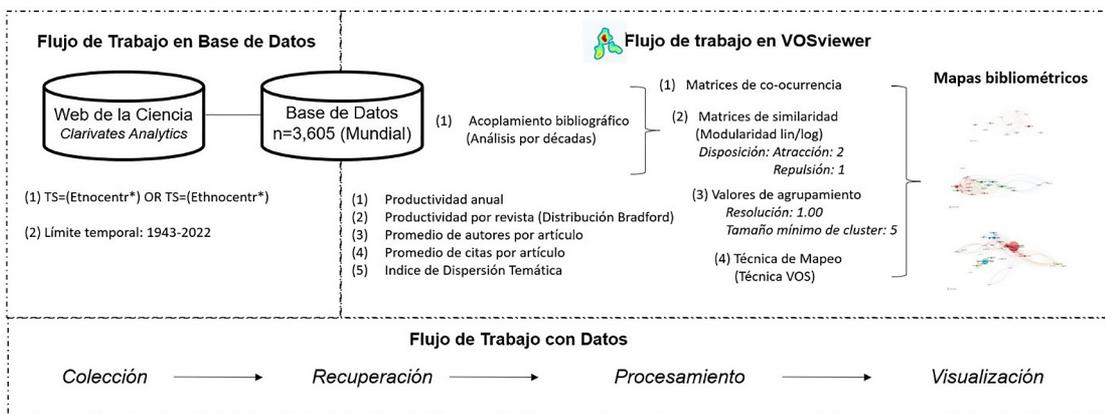


Figura 1. Flujo de trabajo metodológico.

La estrategia de búsqueda consistió en la identificación de la palabra etnocentrismo en el título, resumen y palabras clave de los registros bibliográficos, mediante la sintaxis siguiente: $TS=(Etnocentr^*)$ OR $TS=(Ethnocentr^*)$, limitada al período 1943-2022. Se valoró el estudio de los últimos cien años, pero los primeros registros encontrados fueron publicados con posterioridad a la segunda guerra mundial. Todos

los registros fueron recuperados el 26 de octubre de 2023, y divididos en ocho conjuntos que abarcan subperíodos de 10 años. El uso de decenios se justificó por los altos valores de vida media que tradicionalmente se observan en las publicaciones sobre Ciencias Sociales y Humanidades (Gilyarevskii *et al.*, 2021).

Se analizó la productividad anual durante todo el período, y se aplicó la Ley de Bradford

para identificar el núcleo de revistas que concentró la investigación sobre etnocentrismo (Bradford, 1934). Además, se examinó el alcance multidisciplinar de la investigación a través del comportamiento de la proporción de artículos en las 152 áreas de investigación general que componen el Web de la Ciencia durante cada subperíodo, así como a partir del cálculo de un índice de dispersión temática IDT (Arencibia-Jorge, Vega-Almeida y Carrillo-Calvet, 2021). En el presente estudio, este índice fue calculado a partir del total de áreas de investigación del Web de la Ciencia que concentraron el 80% de la producción científica (Tasa de Concentración de la producción, TCp), y el 80% de los artículos citantes (Tasa de Concentración de la citación, TCC), mediante la siguiente fórmula:

$$IDT = \sqrt{TCp \times TCC}$$

Los conjuntos de registros de cada subperíodo se procesaron mediante acoplamiento bibliográfico (Kessler, 1963). Esta técnica bibliométrica permite agrupar los documentos teniendo en cuenta las referencias que tienen en común, lo cual implica una proximidad temática que, en este caso, se empleó como criterio para identificar los principales frentes de investigación en cada etapa.

Todas las redes se obtuvieron y visualizaron mediante el programa VOSviewer v1.6.19, desarrollado por el Centro de Estudios de la Ciencia y la Tecnología de la Universidad de Leiden, en Holanda (Van Eck and Waltman, 2010). El programa permitió el procesamiento de los registros bibliográficos descargados del Web de la Ciencia para crear matrices de co-ocurrencia, que luego fueron transformadas por el programa en matrices de similaridad (Van Eck and Waltman, 2007), desplegando el algoritmo “lin/log modularity” como medida de similaridad. Para el diseño de estas matrices se utilizaron los valores por defecto del programa informático (Atracción: 2; Repulsión: 1). Se determinó en 5 el número de documentos necesario para conformar un grupo o clúster. Las nuevas matrices fueron procesadas mediante una técnica de mapeo que determina las distancias entre los documentos basadas en su similaridad (Van Eck and Waltman, 2010), y con posterioridad, despliega los resultados en mapas bidimensionales.

Finalmente, se realizó una revisión exhaustiva de la literatura comprendida en cada clúster para la interpretación de los diversos frentes de investigación; así como, la caracterización general de la investigación mundial sobre etnocentrismo, y también la exploración de la investigación sobre este tema en el campo de la Bibliotecología y Ciencia de la Información.

Indicadores	1943-52	1953-62	1963-72	1973-82	1983-92	1993-02	2003-12	2013-22	Period
Total de documentos	16	36	52	85	142	463	786	2025	3605
% 1943-2022	0.52	1.17	1.70	2.77	4.63	15.11	25.64	66.07	100.00
% World	0.002	0.003	0.002	0.001	0.002	0.004	0.004	0.007	0.004
Citas	618	445	474	667	3313	23870	34245	19989	83621
Promedio de citas por artículo	38.6	12.4	9.1	7.8	23.3	51.6	43.6	9.9	23.20
Promedio de autores por artículo	1.00	1.42	1.38	1.22	1.32	1.62	2.03	2.30	2.06
Revistas involucradas	9	24	38	67	119	325	567	1378	1946
Países involucrados	1	2	5	17	21	45	72	106	113
TCp	1	2	5	8	10	11	13	13	13
TCC	2	3	8	8	8	11	10	11	13
IDT	1.41	2.45	6.32	8.00	8.94	11.00	11.40	11.96	13

Tabla 1. Indicadores bibliométricos analizados en el estudio de la investigación sobre Etnocentrismo.

RESULTADOS

Durante los 80 años comprendidos en el período 1943-2022 se publicaron en las revistas científicas con mayor visibilidad internacional un total de 3605 documentos relacionados con la investigación sobre etnocentrismo. Esto constituye el 0.004% de la producción científica mundial indizada en el Web de la Ciencia (Tabla 1). La proporción evolucionó de un 0.002% durante el subperíodo 1943-1952, a un 0.007% durante el subperíodo 2013-2022, siendo este último en el que se registró el mayor volumen de producción (66% del total de artículos sobre etnocentrismo). El promedio de autores por artículo durante todo el período alcanzó valores desde 1 hasta 2,3. Este comportamiento es típico de las Ciencias Sociales y Humanidades, donde los índices de colaboración son mucho menores que en las Ciencias Naturales y Exactas. Durante los últimos 20 años se concentró el 65% de todas las citas recibidas por los artículos sobre etnocentrismo, alcanzándose altos promedios durante los subperíodos 1943-1954 (38,6), 2003-2012 (43,9) y 1993-2002 (51,6).

Un total de 1946 revistas científicas dieron a conocer los artículos sobre etnocentrismo, encabezadas por cuatro revistas de Marketing y Negocios (*International Marketing Review*, 54 artículos; *Journal of Business Research*, 42; *Journal of International Marketing*, 32; *Asia*

Pacific Journal of Marketing and Logistics, 28), dos revistas de Psicología Social (*Political Psychology*, 28; *Journal of Social Psychology*, 25), y una revista de Relaciones Interculturales (*International Journal of Intercultural Relations*, 43). Dada la extensión del período analizado (80 años), los volúmenes observados en las revistas más productivas pueden considerarse muy bajos. Al aplicar la Ley de Bradford se evidenció una gran dispersión de la literatura (Tabla 2, Figura 2).

Zona	Artículos	%	Revistas	%
1	1081	30	107	5
2	1163	32,3	478	25
3	1361	37,7	1361	70
Total	3605	3605	1946	100

Tabla 2. Zonas de Bradford para la producción científica sobre Etnocentrismo.

La zona 1 que concentra el núcleo de revistas líderes (5%), abarcó un total de 107 revistas con una productividad promedio de 10 artículos por revista (Tabla 2, Figura 2). Esta baja productividad confirmó que no existen canales de comunicación de la investigación especializados en el etnocentrismo, sino que la producción científica se encuentra dispersa en revistas de diversas especialidades, donde el etnocentrismo ha formado parte de su alcance temático.

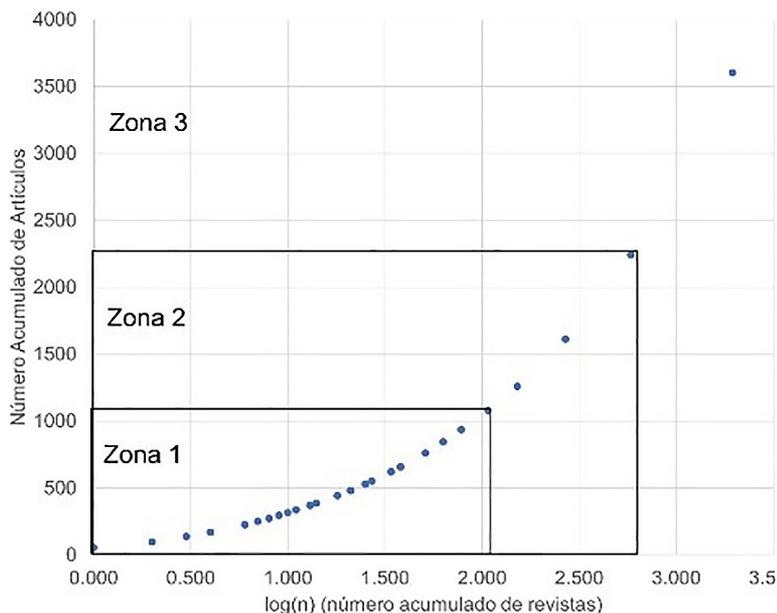


Figura 2. Distribución Bradford de los artículos sobre Etnocentrismo.

Esta diversidad se puede apreciar en el comportamiento del índice de dispersión temática (IDT) calculado a lo largo del período (Tabla 1). Tanto la producción como el volumen de citas recibidas se concentraron en 13 áreas de investigación del Web de la Ciencia (valores de TCp y TCC). Sin embargo, el IDT evolucionó de 1,41 durante el subperíodo 1943-1952 (dominado por revistas de Psicología), a 11,96 durante el subperíodo 2013-2022

(con el predominio de las revistas de Economía y Negocios).

La representación exhaustiva de este comportamiento se puede apreciar en la Figura 3. En ella se muestran las áreas de investigación del Web de la Ciencia con la mayor acumulación de artículos; así como, el comportamiento de la proporción de artículos en cada una de las áreas durante los correspondientes subperíodos analizados.

Áreas de Investigación	1943-52	1953-62	1963-72	1973-82	1983-92	1993-02	2003-12	2013-22	Doc	%
Business Economics	6.3			3.5	10.6	11.0	22.5	29.5	844	23.412
Psychology	75.0	69.4	42.3	30.6	24.6	30.5	25.4	12.1	707	19.612
Social Sciences Other Topics	6.3		3.8	10.6	7.7	9.7	7.9	8.3	298	8.266
Sociology		16.7	21.2	8.2	16.2	11.9	6.9	5.3	264	7.323
Education Educational Research	6.3	8.3	11.5	4.7	8.5	8.0	5.9	7.6	262	7.268
Government Law			7.7	10.6	7.0	6.5	6.9	6.8	244	6.768
Anthropology	12.5	2.8	1.9	12.9	15.5	5.4	2.5	2.2	127	3.523
Communication			3.8	1.2	4.9	4.5	2.7	3.7	127	3.523
Religion			1.9	1.2	3.5	3.2	3.4	3.0	110	3.051
History				2.4	2.1	1.9	3.3	3.4	109	3.024
Linguistics				3.5	1.4	3.9	2.9	3.1	109	3.024
Literature				2.4	3.5	2.6	3.6	2.9	106	2.94
Philosophy			1.9		3.5	1.1	3.4	3.3	105	2.913
Arts Humanities Other Topics				7.1	2.1	2.6	1.7	3.4	102	2.829
International Relations			1.9	2.4	0.7	1.7	2.9	2.2	80	2.219
Ethnic Studies			3.8	1.2	2.1	1.7	2.4	1.9	71	1.969
Area Studies			1.9	2.4	0.7	0.9	1.4	2.0	60	1.664
Science Technology Other Topics				1.2	1.4	0.9	0.3	2.3	56	1.553
Environmental Sciences Ecology				1.2	1.4	1.1	1.0	1.9	55	1.526
Nursing					0.7	3.7	1.7	1.2	55	1.526
Public Environmental Occupational Health					2.1	2.2	0.9	1.5	51	1.415
Food Science Technology							0.8	2.0	47	1.304
Geography			1.9	4.7	0.7	3.0	1.5	0.7	47	1.304
Social Issues			3.8		5.6	2.4	1.5	0.6	46	1.276
Agriculture							1.3	1.7	45	1.248
Behavioral Sciences					2.8	0.9	2.3	0.9	44	1.221
Computer Science			1.9		0.7	0.9	1.3	1.0	36	0.999
Biomedical Social Sciences					3.5	1.3	1.1	0.7	34	0.943
Psychiatry		5.6	5.8		1.4	2.4	0.6	0.5	34	0.943
Cultural Studies						0.4	0.5	1.3	33	0.915
Social Work					0.7	1.9	0.6	0.8	31	0.86
Public Administration					1.4	1.1	1.0	0.6	28	0.777
Women S Studies				1.2	1.4	1.1	1.1	0.5	28	0.777
Neurosciences Neurology					2.1	0.6	1.0	0.5	25	0.693
Engineering					0.7	0.6	1.1	0.5	24	0.666
Demography		1.9		1.2	0.7	0.6	0.5	0.5	21	0.583
Information Science Library Science				2.4	1.4	0.9	0.4	0.5	21	0.583
History Philosophy Of Science		2.8		1.2	3.5	0.4	0.4	0.4	20	0.555
Art					0.7	0.2	0.5	0.6	19	0.527
Criminology Penology				1.2		0.9	0.5	0.5	19	0.527

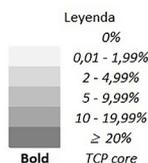


Figura 3. Evolución por decenios de la investigación sobre etnocentrismo en las principales áreas de investigación donde se concentró la producción científica (Áreas con producción superior al 0.5% del total de artículos). En negritas: áreas que han formado parte del núcleo de áreas donde se concentra el 80% de los artículos en alguna de los decenios analizadas.

Las 1946 publicaciones seriadas involucradas en los estudios sobre etnocentrismo fueron clasificadas en un total de 109 de las 152 áreas de investigación que componen el Web de la Ciencia. Entre las 40 áreas más productivas, un total de 22 formaron parte del núcleo que concentró el 80% de la producción científica en alguno de los subperíodos analizados (áreas con fuente en negritas en la Figura 3), de acuerdo con los valores de la tasa de concentración de

la producción científica (TCp). De esta manera, se evidenció que la evolución de la investigación sobre etnocentrismo partió de una visión profundamente disciplinar desde el área de la Psicología, y en menor medida de la antropología, hacia una visión cada vez más multidisciplinar, abarcando nuevas áreas de investigación a lo largo de todo el período, como la Sociología, la Economía de Negocios, la Educación, la Legislación Gubernamental y la Comunicación,

fundamentalmente. La Psicología abarcó los mayores volúmenes de producción científica durante casi todo el período, seguida de la Sociología, hasta que la irrupción de los artículos sobre el etnocentrismo del consumidor en las revistas de Economía de Negocios convirtió esta área en la más productiva durante el último decenio analizado. Los investigadores provenientes de las Ciencias Sociales y las Artes y Humanidades protagonizaron la producción científica.

En cada uno de los subperíodos, las revistas pertenecientes a las áreas de Psicología, Antropología e Investigación en Educación fueron vehículos de difusión que sostenidamente, publicaron resultados sobre etnocentrismo. En el subperíodo 1953-1962, la Sociología se insertó en el núcleo de áreas clave, y en menor medida, comenzó a difundirse el tema en revistas de Psiquiatría y Filosofía e Historia de la Ciencia. En los 60s y principios de los 70s, ya se visibilizó su consolidación en la Sociología, la Educación y la Psiquiatría, y su emergencia en espacios de conocimiento como fueron: Legislación Gubernamental, Comunicación, Estudios Étnicos; así como, en Filosofía, Religión, Relaciones Internacionales, Geografía, Demografía y Estudio de Áreas Geográficas (fundamentalmente, Asia y África). En el subperíodo 1973-1982 hubo una gran dispersión de la literatura entre las diversas áreas de investigación y aparece la investigación en Arte y Humanidades; sobre todo, en revistas especializadas en Lingüística, Literatura e Historia. Además, comenzó a estudiarse el etnocentrismo en publicaciones seriadas dedicadas a Estudios sobre la Mujer, y Bibliotecología y Ciencia de la Información. De hecho, en este subperíodo el área bibliotecológica estuvo entre las que concentraron el 80% de la producción científica sobre etnocentrismo, aspecto que se abordará más adelante.

Durante el subperíodo 1983-1992, la investigación sobre Economía y Negocios experimentó un crecimiento notable, estimulada por el desarrollo de escalas de medición del etnocentrismo en el consumidor, como la propuesta por Shimp y Sharma (1987). Las investigaciones antropológicas y sociológicas alcanzaron su máximo esplendor. Se consolidó la investigación sobre comunicación y destacaron los trabajos sobre Temas Sociales, Ciencias Sociales Biomédicas e Historia y Filosofía de la Ciencia.

A partir de 1993, aumentó la investigación publicada en revistas de Lingüística y Religión, y hubo una emergencia de artículos en revistas de Enfermería. Finalmente, con el nuevo milenio, lo más significativo fue el predominio de la investigación sobre Marketing y Negocios, que acabó desplazando durante el último período a la investigación psicológica.

El análisis de los principales frentes de investigación en cada subperíodo, a través de la técnica del acoplamiento bibliográfico y la visualización de redes de artículos similares, ofreció más elementos acerca de las temáticas dominantes y su evolución a lo largo de los 80 años (Figura 4; Apéndice 1). En general, la producción científica sobre etnocentrismo se estructuró en tres frentes de investigación principales: un frente dedicado al estudio de la personalidad en individuos etnocéntricos, desde una perspectiva fundamentalmente psicológica que inició en la primera mitad del siglo xx; otro frente especializado en el estudio de las actitudes grupales, desde una perspectiva sociológica, que comenzó a desarrollarse a partir del año 1970; y finalmente, un frente de investigación que inició en los 80s del pasado siglo y explotó durante los últimos 20 años analizados, especializado en el etnocentrismo del consumidor, desde una perspectiva económica y focalizada en la investigación de los mercados internacionales.

La personalidad de los individuos etnocéntricos devino tema prioritario en los inicios de la investigación sobre etnocentrismo. Los aportes del psicólogo norteamericano de origen polaco Milton Rokeach fueron esenciales durante este primer período (1943-1952), sobre todo a partir de sus estudios pioneros en torno a la rigidez mental en niños y estudiantes universitarios (Rokeach, 1948). El impacto de sus resultados se evidenció al hacer de este subperíodo el tercero con mayor promedio de citas por artículo (38,6). Rokeach intentó determinar las bases del prejuicio racial en el sur de los Estados Unidos y encontró una relación inversamente proporcional entre el prejuicio racial y el estatus socioeconómico; lo cual lo llevó a concluir que los individuos utilizaban el prejuicio como mecanismo para elevar su propio estatus social. La perspectiva psicológica dominó también durante los dos siguientes decenios. Autores como el psicólogo norteamericano

Abraham S. Luchin, creador en los años 60s de la terapia de grupo, o el psicólogo social australiano John J. Ray, lideraron en esa temprana etapa la producción científica relacionada con el autoritarismo psicológico, el conservadurismo, la intolerancia a la ambigüedad, el

racismo y las actitudes aquiescentes; así como, los prejuicios de la infancia derivados de las actitudes parentales. La discriminación a discapacitados, enfermos mentales y migrantes se abordaron entre los temas de la agenda de investigación.

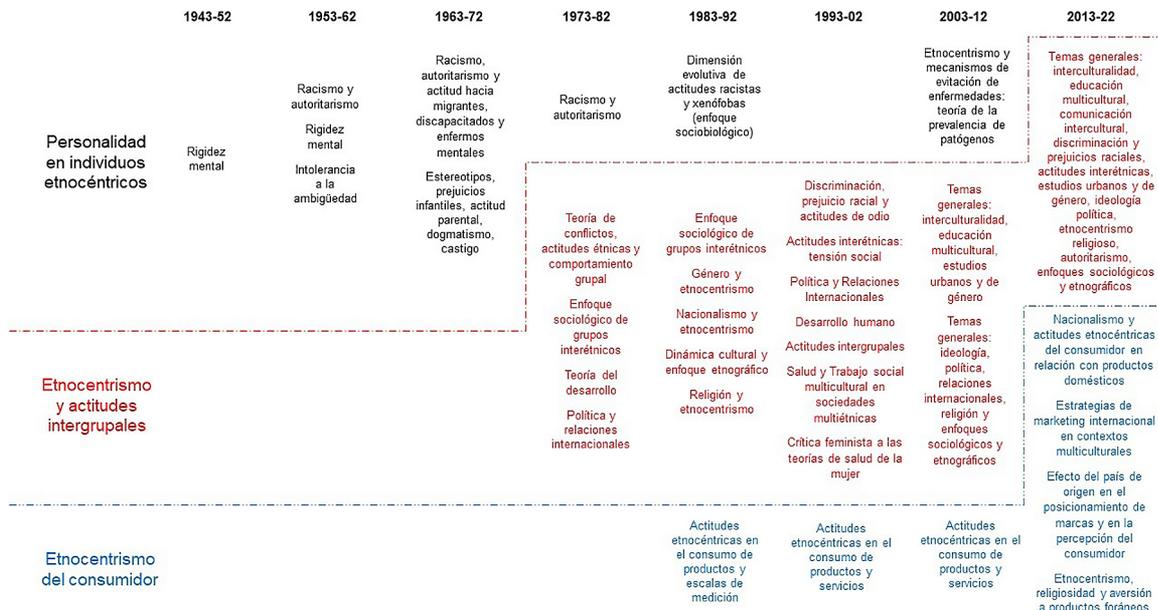


Figura 4. Evolución por decenios de los principales frentes de investigación sobre etnocentrismo. Mapa conceptual elaborado a partir de la interpretación de las redes de acoplamiento bibliográfico.

A partir de 1973, el enfoque sociológico comenzó a predominar en los artículos. Las actitudes intergrupales (particularmente, el comportamiento de grupos interétnicos en diferentes contextos, caracterizados por la preeminencia de ideas nacionalistas o religiosas) se convirtieron en objeto de estudio de los investigadores. La atribución intergrupal (es decir, el proceso mediante el cual los miembros de diferentes grupos sociales explican los comportamientos de los miembros de su propio grupo, y los comportamientos de los miembros de otros grupos) (Hewstone, 1990), fue uno de los temas que mayor impacto alcanzó durante el subperíodo. El trabajo más citado en este decenio fue liderado por el psicólogo canadiense Donald M. Taylor, quien analizó por primera vez la atribución intergrupal en el conflicto entre hindúes y musulmanes en el sur de la India, y junto a la lingüista india Vaishna Jaggi planteó la hipótesis de que estas atribuciones, asociadas a la manifestación de estereotipos, eran de naturaleza etnocéntrica (Taylor y Jaggi, 1974). Otro de los

trabajos más citados de este subperíodo fue sobre la percepción del harén por parte de las culturas occidentales (Ahmed, 1982), desarrollado por la investigadora egipcio-norteamericana Leila Ahmed, primera mujer en ser profesora de Estudios de la Mujer y Religión en la Escuela de Teología de Harvard. El etnocentrismo en el contexto de la política y las relaciones internacionales fue otro de los temas medulares de la etapa.

La utilización de métodos etnográficos, la inserción de los estudios de género y el análisis de la religión y la dinámica cultural en las sociedades fueron temas que se consolidaron en la agenda de investigación de los años 80s. Sin embargo, en el año 1987, dos profesores de Marketing de la Universidad de Carolina del Sur introdujeron el concepto de “Etnocentrismo del Consumidor” (Shimp y Sharma, 1987), abriendo con ello el tercer frente de investigación de mayor importancia durante los 80 años analizados. Los trabajos desarrollados por el norteamericano Terence A. Shimp tuvieron una

importancia capital; debido a que ofrecieron a los diversos importadores y exportadores de productos, una escala de medición (CETSCALE) para evaluar las razones detrás de la preferencia de compra de productos domésticos versus importados, de extraordinaria utilidad en el momento de formular sus estrategias de mercadeo. El consumidor etnocéntrico, por lo general, va a priorizar en su elección de compra la fabricación doméstica de un producto, y no tener en cuenta esta tendencia puede ser fatal para la supervivencia de cualquier negocio que aspire a traspasar fronteras internacionales. Durante los 80s, también emergió una tendencia de la investigación que amplió el concepto de selección natural a los sistemas sociales y a la conducta social de los seres humanos (perspectiva sociobiológica), considerando que los patrones de conducta con los que se nace pueden modificarse e incluso desaparecer durante el proceso de selección natural (Reynolds, Falger y Vine, 1986; Wilson, 1978). Las críticas a esta perspectiva fueron frecuentes no sólo entre la comunidad de psicólogos, sino también por sociólogos y antropólogos.

El final del siglo xx y los años iniciales del nuevo milenio coincidieron con el subperíodo de mayor promedio de citas por artículo registrado en la literatura (51,6). La investigación sobre el etnocentrismo en las actitudes intergrupales fue la predominante, centrada en los problemas de discriminación, los conflictos interétnicos y la tensión social derivada de estas interacciones. La psicóloga norteamericana Marilynn B. Brewer, profesora emérita de la Universidad Estatal de Ohio y presidenta de la *American Psychological Association* durante los años 1993 a 1995, fue identificada entre los autores más importantes en este decenio, fundamentalmente por sus contribuciones al campo de la identidad social y las relaciones intergrupales. Su trabajo más citado en esta etapa está relacionado con su teoría de la distinción óptima (Brewer, 1999). La teoría de distinción óptima establece que la distinción de un grupo debe ser igualada por asimilación. Una identidad "óptima" sería aquella que satisface la necesidad de inclusión dentro del grupo al que pertenece el individuo; así como, la necesidad de distinción entre el grupo al que pertenece (endogrupo) y los grupos externos (exogrupos). Según la autora, la comprensión de las funciones

que la formación e identificación endogrupales desempeñan para los seres humanos resulta indispensable para poder entender las raíces del prejuicio y la discriminación, e incidir en la solución de conflictos (Brewer, 1999).

Otro de los estudios más citados estuvo relacionado con el control parental y el estilo autoritario en los asiáticos (Chao, 1994). Su autora, la psicóloga norteamericana Ruth K. Chao, identificó un mejor rendimiento escolar de los hijos de emigrantes chinos con respecto a los hijos de emigrantes europeos en Estados Unidos y Canadá. En consecuencia, consideró etnocéntricos los conceptos vigentes sobre los estilos de crianza autoritativos y autoritarios, al no contemplar características esenciales de la crianza en familias de migrantes asiáticos. El protagonismo de la investigación en sociedades multiculturales y multiétnicas fue significativo, e incluyó enfoques contrapuestos al pensamiento académico occidental como la corriente "perspectivista" del antropólogo brasileño Eduardo Viveiros de Castro, derivada del estudio de la literatura etnográfica amazónica (De Castro, 1994). Sin embargo, el artículo más citado del subperíodo, e incluso de los 80 años analizados en el presente estudio, se relacionó con el frente de investigación sobre etnocentrismo del consumidor. Este fue realizado en la Universidad Católica de Leuven por el investigador holandés Jan-Benedict Steenkamp y el norteamericano Hans Baumgartner, quienes desarrollaron en 1998 un procedimiento para evaluar la invarianza de medición en la investigación transnacional de consumidores, que aplicaron para medir el etnocentrismo del consumidor en tres países europeos (Steenkamp y Baumgartner, 1998).

La llegada del nuevo milenio propició el desarrollo de más investigaciones dirigidas a la comprensión de contextos multiculturales, particularmente en grandes entornos urbanos. Así, se han abordado de manera global los temas relacionados con todo tipo de discriminación y en especial, la discriminación racial y de género. El subperíodo 2003-2012 fue el segundo con mayor promedio de citas por artículos (43,9) en los 80 años analizados. El artículo más citado fue una revisión bibliográfica sobre las diferentes hipótesis derivadas de la Teoría de la Justificación de Sistemas (Jost, Banaji y Nosek, 2004). La teoría de la justificación del

sistema, propuesta por el psicólogo canadiense John Thomas Jost junto a la estadounidense de origen indio Mahzarin Rustum Banaji, señala que los individuos son capaces de justificar y racionalizar los sistemas sociales a los que pertenecen, percibiendo como justa y legítima cualquier decisión política, social o económica que sea tomada, aun cuando estas les afecten o perjudiquen. Esta teoría, al igual que el concepto del sesgo implícito (atribución pre-reflexiva de cualidades particulares por parte de un individuo a un miembro de algún grupo social externo) de la propia Banaji, y el estudio de contextos políticos e ideológicos, fueron temas sumamente examinados desde la perspectiva de la Psicología Social en esta etapa. Merece destacar el trabajo de los psicólogos estadounidenses Valerie Purdie-Vaughns y Richard P. Einbach, quienes describieron la “invisibilidad interseccional” que suelen recibir aquellos individuos con múltiples identidades de grupo subordinado (por ejemplo, mujeres pertenecientes a minorías étnicas) con respecto a aquellos con una única identidad de grupo subordinado (Purdie-Vaughns y Eibach, 2008). Según estos autores, las ideologías androcéntricas, etnocéntricas y heterocéntricas harán que estas personas con múltiples identidades de grupos subordinados sean definidas como miembros no prototípicos de sus respectivos grupos de identidad.

Steenkamp alcanzó notoriedad en el desarrollo de metodologías de investigación de mercados, y publicó relevantes artículos focalizados en la medición del etnocentrismo del consumidor. Entre ellos destaca uno muy citado sobre las diferentes vías a través de las cuales la globalidad percibida de una marca (tanto la calidad como el prestigio percibido) influye en la probabilidad de compra de la misma (Steenkamp, Batra y Alden, 2003). Dentro del propio tema, se insertó parte de la producción científica del economista Adamantios Diamantopoulos, quien fue el autor más productivo identificado en el presente estudio. Durante el subperíodo, Diamantopoulos publicó junto al inglés George Balabanis un trabajo sobre los patrones de preferencia de los consumidores del Reino Unido para ocho categorías de productos, donde se identificó el etnocentrismo del consumidor como un factor determinante en la variabilidad observada en las preferencias

(Balabanis y Diamantopoulos, 2004). Por otra parte, en esta etapa emergió una línea de investigación relacionada con la teoría de prevalencia de patógenos, desde un enfoque epidemiológico social. Dicha teoría ha asociado normas culturales que promueven actitudes etnocéntricas y conformistas con regiones que históricamente han sufrido altos niveles de enfermedades infecciosas, y donde los patógenos eran más prevalentes (Schaller y Murray, 2008; Murray, Trudeau y Schaller, 2011; van Leeuwen *et al.*, 2012). De tal manera, comenzó una tendencia hacia la comprensión de determinados mecanismos a través de los cuales las condiciones ambientales podrían influir en la personalidad y en la organización social.

Los últimos diez años analizados fueron los más productivos de todo el período (2025 artículos). El subperíodo se distinguió por el fortalecimiento del frente de investigación asociado al estudio del etnocentrismo en las actitudes intergrupales y en contextos multiculturales, y por una explosión de literatura relacionada con el estudio del etnocentrismo del consumidor. Balabanis y Diamantopoulos consolidaron su liderazgo en la generación de metodologías para medir la predisposición de los consumidores a la compra de productos nacionales y extranjeros, y aplicaron el concepto de xenocentrismo (en contraposición al etnocentrismo) para describir a los consumidores particularmente atraídos por productos extranjeros, y su correspondiente escala de medición (la C-XENSCALE) de tendencias xenocéntricas (Balabanis y Diamantopoulos, 2016). Otros trabajos con alta visibilidad y amplia diversidad temática durante la última etapa estuvieron relacionados con: el etnocentrismo dominante en actitudes anti inmigrantes en los Estados Unidos (Valentino, Brader y Jardina, 2013; Hainmueller y Hopkins, 2015; Chavez-Dueñas *et al.*, 2019); el auge de un nacionalismo cristiano cada vez más influyente en los procesos electorarios (Whitehead, Perry y Baker, 2018); los estereotipos negativos hacia los musulmanes derivados de la agenda mundial antiterrorista (Sides y Gross, 2013); la identificación de relaciones entre las actitudes conservadoras y el comportamiento del sistema inmune (Terrizzi, Shook y McDaniel, 2013); el desarrollo de un nuevo marco global multilateral para las Relaciones Internacionales (Acharya, 2014); y la xenofobia

generada por el impacto del COVID-19 a nivel mundial (Kock *et al.*, 2020; Dhanani y Franz, 2021; Reny y Barreto, 2022).

Finalmente, el estudio del etnocentrismo en el ámbito de la Bibliotecología y Ciencia de la Información no arrojó la existencia de un frente de investigación consolidado en ninguno de los subperiodos analizados. Durante el proceso de revisión bibliográfica se identificaron algunos trabajos relevantes, pero aislados. A principios de los 90s, en la Facultad de Estudios Bibliotecarios, Información y Comunicación de la Universidad de Rutgers, Estados Unidos, se planteaba la pertinencia de conformar un currículo multicultural para la educación en Bibliotecología y Ciencia de la Información (Belay, 1992). Algunos estudios se centraron en la necesidad de democratizar Internet y hacerla más inclusiva, en un contexto global caracterizado por el liderazgo de grandes empresas tecnológicas de países desarrollados (Komito, 1998; Muller, 1996). Otros trabajos se ubicaron en la frontera entre la Ciencia de la Información y la Sociología de la Ciencia para estudiar el etnocentrismo académico. Entre los resultados destacables se encuentran: el estudio de las cuestiones metodológicas, interpretativas y prácticas que surgen cuando existen diferencias étnicas entre el investigador y el informante en investigaciones cualitativas (Adamson y Donovan, 2002); el proceso de distinción entre un hallazgo científico y su evaluación moral y ética (Atzwanger, Schafer y Schmitt, 1998); el estudio de las interacciones entre áreas (etnocentrismo disciplinar), y de áreas transdisciplinarias donde ocurren conflictos entre expertos formados en disciplinas afines al área con expertos formados en otras disciplinas menos relacionadas (Bosa, 2013; King y Lyytinen, 2004); el proceso de implementación de políticas profundamente sesgadas y alineadas con un pensamiento occidental (Saetren, 2005); y el proceso de medición de la influencia (impacto) de los canales de divulgación de la investigación científica, que puede ser manipulado por los propios editores y autores, con independencia de los contenidos (Svensson, 2010).

Desde una perspectiva cuantitativa, más allá de las exploraciones bibliométricas mencionadas en la introducción de este artículo, se identificó cómo la apropiación del concepto “etnocentricidad” en el campo de la Bibliotecología y

la Ciencia de la Información ha estado también asociada al estudio de temas muy específicos, como la usabilidad de colecciones en una biblioteca (McGrath, Simon y Bullard, 1979), y a los niveles de endogamia en la autoría y patrones de citación de revistas científicas (Barak, Philpot y Levy, 1995). En general, estos resultados evidencian no solo la apropiación conceptual sino la necesidad de su adaptación hacia el interior de la propia disciplina para la comprensión de comportamientos individuales y sociales en la gestión de procesos institucionales y en el ecosistema editorial.

DISCUSIÓN

Los hallazgos obtenidos en el presente trabajo, derivados tanto del análisis del comportamiento bibliométrico como de la revisión bibliográfica, permiten considerar el estudio del etnocentrismo como una línea de investigación estable, pero aún en proceso de consolidación. Se encontraron evidencias de una agenda de investigación relativamente bien estructurada a lo largo de 80 años, y diversificada en tres frentes principales a partir de 1983. Sin embargo, el hecho de que el volumen identificado constituya solo un 0,004% de la producción científica mundial, y que dos tercios de los artículos se hayan publicado durante los últimos diez años, determina la existencia de un corpus teórico-conceptual-metodológico en pleno desarrollo. De hecho, el crecimiento exponencial identificado se consideró una evidencia del proceso gradual de construcción y reconstrucción de la línea de investigación, a partir del análisis de diversos grupos sociales, así como de la reintroducción de nuevos conceptos que aportan mayor precisión y contextualización.

Las naciones que contribuyeron a la producción científica también crecieron a lo largo del período, y fueron más de 100 en el último decenio, lo cual corroboró el desarrollo de la comunidad discursiva global en el estudio del etnocentrismo. Se pudieron identificar autores con aportaciones relevantes. Sin embargo, en su mayoría se trata de autores con una trayectoria disciplinar consolidada que se han acercado en algunos momentos de su carrera al etnocentrismo como objeto de estudio. De hecho, la producción se reveló muy dispersa entre las revistas que publicaron sobre el tema.

Y esta dispersión, corroborada mediante la ley de Bradford, confirmó la ausencia de canales de difusión de la investigación altamente especializados en el tema analizado.

Curiosamente, esta baja especialización observada en las revistas ha sido resultado de la aplicación cada vez más extensiva del concepto de etnocentrismo en diversas áreas de conocimiento a lo largo del período, y especialmente durante el subperíodo 2013-2022, donde destacó la investigación sobre Marketing y Negocios. Por tanto, puede considerarse que ha habido una apropiación gradual del concepto en el aparato conceptual y metodológico de otras disciplinas académicas; y esta transversalidad del concepto, expresada en su absorción desde múltiples dominios del conocimiento, denota la trascendencia que ha alcanzado el estudio de la etnocentricidad como categoría de análisis, y su comportamiento variable bajo determinados contextos históricos y epistemológicos.

Se pudieron caracterizar por primera vez dos frentes de investigación fundamentales que, desde las Ciencias Sociales, y particularmente desde la Psicología, la Sociología y la Antropología, han estudiado la personalidad de los individuos etnocéntricos, así como su comportamiento grupal en contextos multiculturales y multiétnicos. Los estudios bibliométricos precedentes habían abordado el etnocentrismo del consumidor como objetivo de investigaciones especializadas en Marketing y Negocios (Battacharyya, 2020; Donthu *et al.*, 2021; Samiee y Chabowski, 2012; Tahali, Yildiz y Kaswengi, 2022; Thogersen, 2023). En el presente estudio, se confirmó el desarrollo que ha tenido esta área desde los años 80s, y especialmente durante el decenio 2013-2022. Además, se logró observar la discriminación en los servicios de hostelería y turismo entre las líneas temáticas importantes durante los últimos diez años, relacionada incluso con el impacto de la pandemia de COVID-19, lo cual corroboró los hallazgos de Zhou, Liu y Liu (2022).

La estrategia metodológica utilizada permitió identificar la evolución temporal de estos frentes a lo largo de 80 años. Sin embargo, el análisis del contexto histórico revela una serie de elementos importantes para entender la dinámica de los cambios observados en los frentes de investigación. No es trivial que el final de la segunda guerra mundial en Europa, y el inicio de

la larga lucha del movimiento por los derechos civiles en los Estados Unidos, coincidiera con el predominio de investigaciones especializadas en el estudio de la personalidad de individuos etnocéntricos, focalizado en temas relacionados con prejuicios, actitudes racistas y discriminatorias. La necesidad de entender los factores desencadenantes del genocidio judío, o las consecuencias de la segregación racial en el sur de los Estados Unidos, derivaron en investigaciones encaminadas a desentrañar las bases psicológicas del prejuicio social, y su relación con el estatus socioeconómico y otros factores inherentes al instinto gregario de los seres humanos (Adorno *et al.*, 1950; Morris, 1999). De igual forma, el análisis de las actitudes intergrupales, así como de los procesos de atribución intergrupales, no está al margen de las profundas transformaciones de la sociedad a partir de los años 70s, ni del aumento de conflictos sociales y armados derivados del contexto de la Guerra Fría y los movimientos de liberación nacional en antiguas colonias de países europeos (Kwok, 2021).

Por otra parte, la apropiación del concepto en el contexto de la economía de negocios a partir de los 80s está estrechamente ligada al proceso de globalización que se aceleró con la caída del muro de Berlín y la gradual apertura de China y los países asiáticos a la economía de mercado (Branstetter y Lardy, 2006; Hamashita, Selden y Grove, 2013). La revolución informática y comunicacional que implicó la creación de la World Wide Web, y la considerable liberalización de la economía internacional, potenció la apertura de los mercados a una amplia diversidad de productos y servicios (Borchert y Yotov, 2017; Mukherjee, 2008; Suh y Kwon, 2002). La percepción de la calidad y seguridad de estos se convirtió en un importante factor a considerar en las estrategias de marketing, y las preferencias de compra de sus potenciales consumidores en un objeto particular de investigación. Así, se desarrolló el conocimiento de la psicología en la mercadotecnia (Saad y Gill, 2000), y las escalas de medición del etnocentrismo (o xenocentrismo) del consumidor se convirtieron en herramientas metodológicas ampliamente utilizadas durante los últimos diez años.

Las crisis económicas y políticas, la guerra contra el terrorismo, las pandemias, la tercera y cuarta olas del feminismo, y el auge del conservadurismo religioso durante los últimos 30

años analizados desencadenaron la aparición de nuevos actores como objetos de estudio (migrantes, refugiados, discapacitados, drogadictos, enfermos y grupos minoritarios a partir de la identidad de género u orientación sexual). En el orden epistemológico, el abordaje de las realidades socioculturales desde la perspectiva de la complejidad y el pensamiento complejo ha potenciado la reflexión crítica sobre los prejuicios, las actitudes racistas y discriminatorias en diversos ámbitos y grupos sociales, y han conducido a la necesidad de un abordaje multicultural de los fenómenos, cada vez más interdisciplinar e inclusivo (Ferdman, 2017).

En el ámbito de la Bibliotecología y Ciencia de la Información, el estudio reveló que la investigación sobre el etnocentrismo es incipiente, y aún no forma parte de la agenda de investigación internacional de las disciplinas informacionales. Si bien las revistas del área formaron parte del núcleo de áreas que concentraron el 80% de los artículos durante el decenio 1973-1982, esto se debió apenas a dos trabajos publicados. En sentido general, poco se ha explorado el tema. Sin embargo, fue interesante observar en algunos estudios la preocupación por la formación en áreas informacionales, el uso inclusivo de las TICs, y el etnocentrismo académico, cuestiones de interés no solo hacia lo interno de la profesión, sino también desde la profesión hacia otras áreas.

La apropiación del concepto en el contexto de las disciplinas informacionales ha abierto la posibilidad a nuevos estudios para caracterizar fenómenos inherentes al ámbito bibliotecológico y a los sistemas de información científica. Las citaciones entre disciplinas o la endogamia editorial, por citar dos ejemplos identificados en la producción científica (Barak, Philpot y Levy, 1995), son aspectos abordados con relativa frecuencia en la Ciencia de la Información. La etnocentricidad asociada a esos fenómenos pudiera estar implícita en muchos otros estudios que analizan patentes (Silva *et al.*, 2014), actas de congresos (Montolio, Dominguez-Sal, y Larriba-Pey, 2013) o redes de colaboración (Miranda Grochocki y Cabello, 2023), aunque el término “etnocentrismo” no aparezca ni en su título, resumen o palabras clave.

Sin embargo, a partir de la escasa productividad identificada en la literatura bibliotecológica; así como, de los diversos frentes de investigación

identificados en la literatura mundial sobre etnocentrismo, se puede inferir que hay un amplio espacio de trabajo para futuras investigaciones que pretendan identificar sesgos etnocéntricos a partir del análisis de colecciones bibliográficas, modelos de alfabetización informacional, estrategias de educación de usuarios, o sistemas de clasificación bibliotecaria.

CONCLUSIONES

La presente investigación permitió estudiar por primera vez, desde una perspectiva bibliométrica, las características de la investigación mundial sobre etnocentrismo. El crecimiento exponencial de la producción científica durante 80 años evidenció el progreso de su corpus teórico-conceptual-metodológico, así como de su comunidad global de investigadores. Sin embargo, la ausencia de revistas científicas altamente especializadas en el tema, y la aplicación extensiva del concepto desde diversas áreas del conocimiento, demostró una investigación aún en proceso de consolidación.

La continua precisión conceptual, la ampliación de los contextos temáticos abordados, y la explosión de estudios durante el último decenio, constituyeron evidencias de que se trata de una línea de investigación en desarrollo, con amplia capacidad para trascender fronteras disciplinarias. En el contexto de los estudios bibliotecológicos e informacionales, se confirmó la ausencia de una sólida agenda de trabajo, lo cual abre un camino de posibilidades para la apertura de nuevas líneas de investigación de interés para toda la comunidad de bibliotecarios y científicos de la información.

Las limitaciones del estudio se circunscriben, como muchos de los estudios bibliométricos que utilizan técnicas basadas en análisis de citas, a la insuficiente cobertura de la fuente utilizada (en este caso el Web of Science); así como a los sesgos terminológicos derivados de la estrategia de búsqueda utilizada. En ese sentido, para futuros estudios es importante considerar el empleo de una metodología que considere múltiples bases de datos durante el proceso de búsqueda, procesamiento y análisis de la información. De igual forma, la utilización de una estrategia de búsqueda más amplia, que trascienda la identificación del término “etnocentrismo” en los registros, y que considere

fenómenos y conceptos asociados, pudiera enriquecer los resultados obtenidos.

No obstante, este estudio proporcionó una visión integral del estado actual de la investigación sobre etnocentrismo, y ofreció un interesante panorama acerca de su evolución y trascendencia en diversos contextos históricos y disciplinarios.

Agradecimientos

El presente trabajo se desarrolló en el contexto del programa académico “Ciencimetría, Complejidad y Ciencia de la Ciencia” del Centro de Ciencias de la Complejidad (C3), y el Postgrado de Bibliotecología y Estudios de la Información de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existió conflicto de intereses en ninguna de las etapas de la investigación.

Declaración de contribución

Curación de datos; Metodología; Investigación: Fernando Alonso Botello-Juárez.

Análisis formal; Supervisión; Validación: Rosa Lidia Vega Almeida.

Conceptualización; Administración del proyecto; Redacción – borrador original: Ricardo Arencibia-Jorge.

Declaración de consentimiento de datos

Los datos generados durante la investigación están disponibles a través del siguiente enlace: Arencibia-Jorge, R., Vega-Almeida, R., Botello-Juárez, F.A. (2024). Etnocentrismo: datos de investigación. Figshare. Dataset. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.25016441.v1> ●

REFERENCIAS

ACHARYA, A. (2014). Global International Relations (IR) and Regional Worlds - A New Agenda for International Studies. *International Studies Quarterly*, 58(4), 647-659. <https://doi.org/10.1111/isqu.12171>

ADAMSON, J., & DONOVAN, J. L. (2002). Research in black and white. *Qualitative Health Research*, 12(6), 816-825. <https://doi.org/10.1177/10432302012006008>

ADORNO, T. W., FRENKEL-BRUNSWICK, E., LEVINSON, D. J., & SANDFORD, R. N. (1950). t. New York: Harper & Row.

AHMED, L. (1982). Western ethnocentrism and perceptions of the harem. *Feminist Studies*, 8(3), 521-534. <https://doi.org/10.2307/3177710>

ARENCEBIA-JORGE, R., VEGA-ALMEIDA, R. L., & CARRILLO-CALVET, H. (2021). A new thematic dispersion index to assess multidisciplinary at different levels of aggregations. In W. Glanzel, S. Heffer, P. S. Chi & R. Rousseau (Eds.), *Proceedings of the 18th International Conference of Scientometrics and Informetrics ISSI'2021* (pp. 1439-1440). Leuven, Belgium: International Society of Scientometrics and Informetrics.

ATZWANGER, K., SCHAFER, K., & SCHMITT, A. (1998). Distrust of strangers: a theoretical background for a multidisciplinary research programme. *Social Science Information Sur Les Sciences Sociales*, 37(3), 533-538. <https://doi.org/10.1177/053901898037003008>

BALABANIS, G., & DIAMANTOPOULOS, A. (2004). Domestic country bias, country-of-origin effects, and consumer ethnocentrism: A multidimensional unfolding approach. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1), 80-95. <https://doi.org/10.1177/0092070303257644>

BALABANIS, G., & DIAMANTOPOULOS, A. (2016). Consumer Xenocentrism as Determinant of Foreign Product Preference: A System Justification Perspective. *Journal of International Marketing*, 24(3), 58-77. <https://doi.org/10.1509/jim.15.0138>

BARAK, Y., PHILPOT, M., & LEVY, R. (1995). Citation patterns in the International Journal of Geriatric Psychiatry: Cultural ethnocentrism revisited?. *International Journal of Geriatric Psychiatry*, 10(12), 1015-1018. <https://doi.org/10.1002/gps.930101204>

BELAY, G. (1992). Conceptual strategies for operationalizing multicultural curriculum. *Journal of Education for Library and Information Science*, 33(4), 295-306. <https://doi.org/10.2307/40323193>

- BHATTACHARYYA, S. S. (2020). International business strategy: development of an integrated framework and typology. *Review of International Business and Strategy*, 30(3), 345-373. <https://doi.org/10.1108/ribs-10-2019-0138>
- BIRKLE, C., PENDLEBURY, D. A., SCHNELL, J., & ADAMS, J. (2020). Web of Science as a data source for research on scientific and scholarly activity. *Quantitative Science Studies*, 1(1), 363-376. https://doi.org/10.1162/qss_a_00018
- BORCHERT, I., & YOTOV, Y. V. (2017). Distance, globalization, and international trade. *Economics Letters*, 153, 32-38. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2017.01.023>
- BOSA, B. (2013). The right distance? How social scientists and historians sense the difference. *Social Science Information Sur Les Sciences Sociales*, 52(1), 62-90. <https://doi.org/10.1177/0539018412467572>
- BRADFORD, S. C. (1934). Sources of information on specific subjects. *Engineering*, 137, 85-86.
- BRANSTETTER, L. G., & LARDY, N. R. (2006). *China's embrace of globalization*. Working paper 12273. Cambridge: National Bureau of Economic Research. Available in: https://www.nber.org/system/files/working_papers/w12373/w12373.pdf
- BREWER, M. B. (1999). The psychology of prejudice: Ingroup love or outgroup hate? [Article; Proceedings Paper]. *Journal of Social Issues*, 55(3), 429-444. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00126>
- CHAO, R. K. (1994). Beyond parental control and authoritarian parenting style - understanding chinese parenting through the cultural notion of training. *Child Development*, 65(4), 1111-1119. <https://doi.org/10.2307/1131308>
- CHAVEZ-DUEÑAS, N. Y., ADAMES, H. Y., PEREZ-CHAVEZ, J. G., & SALAS, S. P. (2019). Healing Ethno-Racial Trauma in Latinx Immigrant Communities: Cultivating Hope, Resistance, and Action. *American Psychologist*, 74(1), 49-62. <https://doi.org/10.1037/amp0000289>
- DE CASTRO, E. V. (1998). Cosmological deixis and Amerindian perspectivism [Article]. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 4(3), 469-488. <https://doi.org/10.2307/3034157>
- DHANANI, L. Y., & FRANZ, B. (2021). Why public health framing matters: An experimental study of the effects of COVID-19 framing on prejudice and xenophobia in the United States. *Social Science & Medicine*, 269, 8, Article 113572. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113572>
- DONTHU, N., KUMAR, S., PANDEY, N., & SONI, G. (2021). A retrospective overview of Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics using a bibliometric analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(3), 783-806. <https://doi.org/10.1108/apjml-04-2020-0216>
- FERDMAN, B. M. (2017). Paradoxes of inclusion: Understanding and managing the tensions of diversity and multiculturalism. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 53(2), 235-263. <https://doi.org/10.1177/0021886317702608>
- GILYAREVSKII, R. S., LIBKIND, A. N., LIBKIND, I. A., & BOGOROV, V. G. (2021). The obsolescence of cited and citing journals: Half-lives and their connection to other bibliometric indicators. *Automatic Documentation and Mathematical Linguistics*, 55, 152-165. <https://doi.org/10.3103/S0005105521040026>
- HAINMUELLER, J., & HOPKINS, D. J. (2015). The Hidden American Immigration Consensus: A Conjoint Analysis of Attitudes toward Immigrants. *American Journal of Political Science*, 59(3), 529-548. <https://doi.org/10.1111/ajps.12138>
- HAMASHITA, T., SELDEN, M., & GROVE, L. (2013). *China, East Asia and the global economy: Regional and historical perspectives*. New York: Routledge.
- HEWSTONE, M. (1990). The "ultimate attribution error"? A review of the literature on intergroup causal attribution. *European Journal of Social Psychology*, 20, 311-335. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420200404>
- JOST, J. T., BANAJI, M. R., & NOSEK, B. A. (2004). A decade of system justification theory: Accumulated evidence of conscious and unconscious bolstering of the status quo. *Political Psychology*, 25(6), 881-919. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2004.00402.x>
- KENT, D. P., & BURNIGHT, R. G. (1951). Group centrism in complex societies. *American Journal of Sociology*, 57(3), 256-259. <https://www.jstor.org/stable/2771646>
- KESSLER, M. M. (1963). Bibliographic coupling between scientific papers. *American documentation*, 14(1), 10-25. <https://doi.org/10.1002/asi.5090140103>

- KING, J. L., & LYYTINEN, K. (2004). Reach and grasp. *My Quarterly*, 28(4), 539-551. <https://doi.org/10.2307/25148654>
- KOCK, F., NORFELT, A., JOSIASSEN, A., ASSAF, A. G., & TSIONAS, M. G. (2020). Understanding the COVID-19 tourist psyche: The Evolutionary Tourism Paradigm. *Annals of Tourism Research*, 85, 13, Article 103053. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103053>
- KOMITO, L. (1998). The net as a foraging society: Flexible communities. *Information Society*, 14(2), 97-106. <https://doi.org/10.1080/019722498128908>
- KWOK, S. (2021). Integrationism and postcolonialism: Convergences or divergences? An integrational discussion on ethnocentricity and the (post) colonial translation myth. In *Integrational Linguistics and Philosophy of Language in the Global South* (pp. 137-155). Routledge.
- MCGRATH, W. E., SIMON, D. J., & BULLARD, E. (1979). Ethnocentricity and cross-disciplinary circulation. *College & Research Libraries*, 40(6), 511-518. https://doi.org/10.5860/crl_40_06_511
- MIRANDA GROCHOCKI, L. F. D., & CABELLO, A. F. (2023). Research collaboration networks in maturing academic environments. *Scientometrics*, 128(4), 2535-2556. <https://doi.org/10.1007/s11192-023-04671-z>
- MONTOLOIO, S. L., DOMÍNGUEZ-SAL, D., & LARRIBA-PEY, J. L. (2013). Research endogamy as an indicator of conference quality. *ACM SIGMOD Record*, 42(2), 11-16. <https://doi.org/10.1145/2503792.2503795>
- MORRIS, A. D. (1999). A retrospective on the civil rights movement: Political and intellectual landmarks. *Annual review of Sociology*, 25(1), 517-539. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.25.1.517>
- MUKHERJEE, I. (2008). Impact of globalization on international trade. *ICFAI Journal of International Business*, 3(1), 28-45.
- MULLER, M. J. (1996). Defining and designing the Internet - Participation by Internet stakeholder constituencies. *Social Science Computer Review*, 14(1), 30-33. <https://doi.org/10.1177/089443939601400109>
- MURRAY, D. R., TRUDEAU, R., & SCHALLER, M. (2011). On the Origins of Cultural Differences in Conformity: Four Tests of the Pathogen Prevalence Hypothesis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(3), 318-329. <https://doi.org/10.1177/0146167210394451>
- ORTS CARDADOR, J. J., PÉREZ-GÁLVEZ, J. C., GÓMEZ-CASERO, G., & ALBA, C. A. J. (2023). Tourist ethnocentrism: A bibliometric analysis based on Web of Science (WoS). *Family & Consumer Sciences Research Journal*, 15. <https://doi.org/10.1111/fcsr.12488>
- PURDIE-VAUGHNS, V., & EIBACH, R. P. (2008). Intersectional invisibility: The distinctive advantages and disadvantages of multiple subordinate-group identities. *Sex Roles*, 59(5-6), 377-391. <https://doi.org/10.1007/s11199-008-9424-4>
- RENY, T. T., & BARRETO, M. A. (2022). Xenophobia in the time of pandemic: othering, anti-Asian attitudes, and COVID-19. *Politics Groups and Identities*, 10(2), 209-232. <https://doi.org/10.1080/21565503.2020.1769693>
- REYNOLDS, V., FALGER, V., & VINE, I. (1986). *The sociobiology of ethnocentrism: evolutionary dimensions of xenophobia, discrimination, racism and nationalism*. Athens: University of Georgia Press.
- ROKEACH, M. (1948). Generalized mental rigidity as a factor in ethnocentrism. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 43(3), 259-278. <https://doi.org/10.1037/h0056134>
- SAAD, G., & GILL, T. (2000). Applications of evolutionary psychology in marketing. *Psychology & Marketing*, 17(12), 1005-1034. [https://doi.org/10.1002/1520-6793\(200012\)17:12<1005::AID-MAR1>3.0.CO;2-H](https://doi.org/10.1002/1520-6793(200012)17:12<1005::AID-MAR1>3.0.CO;2-H)
- SAETREN, H. (2005). Facts and myths about research on public policy implementation: Out-of-fashion, allegedly dead, but still very much alive and relevant. *Policy Studies Journal*, 33(4), 559-582. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0072.2005.00133.x>
- SAMIEE, S., & CHABOWSKI, B. R. (2012). Knowledge structure in international marketing: a multi-method bibliometric analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(2), 364-386. <https://doi.org/10.1007/s11747-011-0296-8>
- SAMIEE, S., & CHABOWSKI, B. R. (2021). Knowledge structure in product- and brand origin-related research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(5), 947-968. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00767-7>
- SCHALLER, M., & MURRAY, D. R. (2008). Pathogens, personality, and culture: Disease

- prevalence predicts worldwide variability in sociosexuality, extraversion, and openness to experience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(1), 212-221. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.95.1.212>
- SHIMP, T. A., & SHARMA, S. (1987). Consumer ethnocentrism - construction and validation of the CETSCALE. *Journal of Marketing Research*, 24(3), 280-289. <https://doi.org/10.2307/3151638>
- SIDES, J., & GROSS, K. (2013). Stereotypes of Muslims and Support for the War on Terror. *Journal of Politics*, 75(3), 583-598. <https://doi.org/10.1017/S0022381613000388>
- SILVA, T. H., MORO, M. M., SILVA, A. P. C., MEIRA JR., W., & LAENDER, A. H. (2014). Community-based endogamy as an influence indicator. In *Proceedings of the 14th ACM/IEEE-CS Joint Conference on Digital Libraries* (pp. 67-76). <https://doi.org/10.1109/JCDL.2014.6970152>
- STEENKAMP, J., & BAUMGARTNER, H. (1998). Assessing measurement invariance in cross-national consumer research. *Journal of Consumer Research*, 25(1), 78-90. <https://doi.org/10.1086/209528>
- STEENKAMP, J., BATRA, R., & ALDEN, D. L. (2003). How perceived brand globalness creates brand value. *Journal of International Business Studies*, 34(1), 53-65. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400002>
- SUH, T., & KWON, I. W. G. (2002). Globalization and reluctant buyers. *International Marketing Review*, 19(6), 663-680. <https://doi.org/10.1108/02651330210451962>
- SUMNER, W. G. (1906). *Folkways: A study of the sociological importance of usages, manners, customs, mores, and morals*. Boston: Ginn and Company, 13. Available in: <https://archive.org/details/folkwaysstudyofs00sumnrh/page/n5/mode/2up>.
- SVENSSON, G. (2010). SSCI and its impact factors: a "prisoner's dilemma"? *European Journal of Marketing*, 44(1-2), 23-33. <https://doi.org/10.1108/03090561011008583>
- TAHALI, S., YILDIZ, H., & KASWENGI, J. (2022). Ethnocentrism Consumer Research: A Bibliometric Analysis Overview Over 1984-2021. In: Kaswengi, J., Ingarao, A. (eds) *Brand, Label, and Product Intelligence*. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-95809-1_5
- TAYLOR, D. M., & JAGGI, V. (1974). Ethnocentrism and causal attribution in a South Indian context. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 5(2), 162-171. <https://doi.org/10.1177/002202217400500202>
- TERRIZZI, J. A., JR., SHOOK, N. J., & MCDANIEL, M. A. (2013). The behavioral immune system and social conservatism: a meta-analysis. *Evolution and Human Behavior*, 34(2), 99-108. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2012.10.003>
- THOGERSEN, J. (2023). How does origin labelling on food packaging influence consumer product evaluation and choices? A systematic literature review. *Food Policy*, 119, 40, Article 102503. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2023.102503>
- THOMPSON, L. (2015). Assessing the sociology of sport: On Western hegemony and alternative discourses. *International Review for the Sociology of Sport*, 50(4-5), 617-622. <https://doi.org/10.1177/1012690214539340>
- VALENTINO, N. A., BRADER, T., & JARDINA, A. E. (2013). Immigration Opposition Among US Whites: General Ethnocentrism or Media Priming of Attitudes About Latinos?. *Political Psychology*, 34(2), 149-166. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2012.00928.x>
- VAN ECK, N., & WALTMAN, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- VAN ECK, N. J., & WALTMAN, L. (2007). VOS: A new method for visualizing similarities between objects. In *Advances in Data Analysis: Proceedings of the 30th Annual Conference of the Gesellschaft für Klassifikation eV, Freie Universität Berlin, March 8-10, 2006* (pp. 299-306). Berlin, Heidelberg: Springer.
- VAN LEEUWEN, F., PARK, J. H., KOENIG, B. L., & GRAHAM, J. (2012). Regional variation in pathogen prevalence predicts endorsement of group-focused moral concerns. *Evolution and Human Behavior*, 33(5), 429-437. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2011.12.005>
- WHITEHEAD, A. L., PERRY, S. L., & BAKER, J. O. (2018). Make America Christian Again: Christian Nationalism and Voting for Donald Trump in the 2016 Presidential Election. *Sociology of Religion*, 79(2), 147-171. <https://doi.org/10.1093/socrel/srx070>

