

**How to cite this article in bibliographies / References**

M Martínez-Nicolás, E Saperas-Lapiedra (2016): “Objetos de estudio y orientación metodológica de la reciente investigación sobre comunicación en España (2008-2014)”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 1.365 a 1.384.

<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1150/70es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2016-1150es](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1150es)

# **Objetos de estudio y orientación metodológica de la reciente investigación sobre comunicación en España (2008-2014)**

**Análisis de los trabajos publicados en revistas científicas españolas**

**Research focus and methodological features in the recent Spanish communication studies (2008-2014)**

An analysis of the papers published in Spanish specialized journals

**Manuel Martínez-Nicolás** [CV] [ID] [ORCID] Universidad Rey Juan Carlos (España) / [manuel.martinez.nicolas@urjc.es](mailto:manuel.martinez.nicolas@urjc.es)

**Enric Saperas-Lapiedra** [CV] [ID] Universidad Rey Juan Carlos (España) / [enric.saperas@urjc.es](mailto:enric.saperas@urjc.es)

## **Abstracts**

[ES] El interés por analizar la investigación sobre comunicación en España ha crecido en la última década de una manera llamativa, aunque son todavía escasos los trabajos que atiendan a la descripción de los objetos de estudio y los enfoques metodológicos de la misma. Como continuación de un trabajo anterior en el que se abordaban estas cuestiones para el periodo 1998-2007, en éste se analiza la investigación comunicativa española más reciente mediante un análisis de contenido de los artículos publicados entre 2008 y 2014 en cinco revistas especializadas: *Anàlisi*, *Comunicación y Sociedad*, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *Revista Latina de Comunicación Social* y *Zer*, publicaciones que ocupan posiciones destacadas en los índices de impacto de la especialidad. En el diseño muestral se ha realizado una cata de años alternos en el periodo estudiado (2008, 2010, 2012 y 2014). El corpus final incluye 529 artículos firmados por autores adscritos a universidades y centros de investigación españoles, a los que se aplicó una ficha de codificación que, sobre los objetivos atendidos entre trabajo, incluye cinco variables, dos de ellas para dar cuenta de los objetos de estudio y tres sobre los aspectos metodológicos. Los resultados indican que la reciente investigación española sobre comunicación continúa tomando como objeto preferente el estudio del periodismo y la información periodística, y se interesa especialmente por el análisis de los contenidos mediáticos, que supone el 60% de las contribuciones en este periodo. Por lo que hace a los enfoques metodológicos, los investigadores españoles siguen haciendo básicamente estudios empíricos, con predominio claro de la investigación cuantitativa y una apreciable mejora de la calidad metodológica de los trabajos publicados.

[EN] The interest in analyzing communication research in Spain has grown in the last decade, but there are still few studies that address the description of the objects of study and the methodological

approaches. In the line of an earlier work addressing these issues for the period 1998-2007, the latest Spanish research in this field is analyzed by a content analysis of the papers published between 2008 and 2014 in five specialized journals: *Anàlisi, Comunicació y Sociedad, Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Revista Latina de Comunicación Social* and *Zer*, journals that occupy prominent positions in the impact factors of the specialty in Spain. The sample design has been done choosing alternate years in the period studied (2008, 2010, 2012 and 2014), and the final corpus include 529 articles signed by authors working in Spanish universities and research centers. Those texts were codified by a coding sheet that includes five variables, four of them to account for the objects of study and three on methodological aspects. The results indicate that the recent Spanish research on communication takes the study of journalism and news as the preferred object, and it is specially interested in the analysis of media content, which accounts for 60% of contributions in this period. With regard to methodological approaches, Spanish researchers still do basically empirical studies, predominantly quantitative research, with a clear improvement in the methodological quality.

### Keywords

[ES] investigación española sobre comunicación, revistas científicas, objetos de estudio, métodos de investigación.

[EN] Spanish communication studies, journals, research focus, research methods

### Contents

[ES] 1. Introducción. 2. Diseño de la investigación. 2.1. Objetivos y método. 2.2. Muestra y unidad de análisis. 2.3. Criterios de codificación. 2.4. Codificación y fiabilidad. 3. Resultados. 3.1. Intereses de conocimiento: ámbitos mediático-profesionales. 3.2. Intereses de conocimiento: objetos de estudio específicos. 3.2. Tipos de investigación en los estudios sobre comunicación. 3.4. Orientación metodológica de la investigación empírica cualificada. 4. Discusión y conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

[EN] 1. Introduction. 2. Research design. 2.1. Objectives and methods. 2.2. Sample and unit of analysis. 2.3. Coding criteria. 2.4. Coding and reliability. 3. Results. 3.1. Knowledge interests: media and professional domains attended. 3.2. Knowledge interests: specific objects of study. 3.3. Types of research in communication studies. 3.4. Methodological features of qualified empirical research. 4. Discussion and conclusions. 5. References.

Traducción de **CA Martínez Arcos**

(Dr. en Comunicación por la Universidad de Londres, UK)

## 1. Introducción

El volumen que ha alcanzado la producción científica sobre comunicación en España en las dos últimas décadas, así como la diversidad interna que ha ido adquiriendo la comunidad científica, permiten inferir que la investigación comunicativa española estaría transitando por un camino de progresiva consolidación y maduración (Martínez-Nicolás, 2008). En el impulso de este proceso, debe destacarse la radical transformación del contexto institucional en el que se ejerce la actividad investigadora en este periodo, con dos factores que habrían tenido un impacto decisivo en la orientación de la investigación en este campo.

De un lado, la *explosión* de facultades y titulaciones sobre comunicación que se produce desde comienzos de los noventa y se prolonga hasta finales de la década siguiente, que abre una estructura de oportunidades para la profesionalización académica propiciando el crecimiento exponencial de la comunidad científica de investigadores sobre comunicación. A mediados de los años ochenta, solo cuatro universidades españolas ofertan estudios de comunicación (en las especialidades de periodismo, imagen y publicidad), y reúnen a no más 500 docentes. Diez años después, a mediados de los noventa, ese volumen se ha quintuplicado, y son ya 20 las universidades con estas titulaciones implantadas, y 20.000 los estudiantes que las siguen a cargo de 2.000 profesores (Jones, 2008). En pocos años se duplica esta oferta, y a comienzos de los 2000 los estudios de comunicación pueden cursarse en España en las 84 licenciaturas impartidas en 40 universidades (ANECA, 2005; Moragas, 2005). En la actualidad, serían ya 54 los centros que imparten grados universitarios de comunicación, con 45.000 estudiantes y 4.200 docentes (Saperas, 2016).

El segundo de los factores institucionales con un impacto determinante en la investigación científica en España, y también en el ámbito específico de comunicación, fue el establecimiento del requisito de acreditación para el acceso a algunas figuras docentes universitarias (el profesorado contratado) por parte de la Ley Orgánica de Universidades (LOU, 2001), funciones que asumiría, en colaboración con otras equivalentes de ámbito autonómico, una nueva Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), creada en 2003. Implantado a modo de ensayo, el alcance limitado de aquel requisito de acreditación pudo haber tenido inicialmente una influencia discreta en las decisiones y prácticas de la comunidad científica (Soriano, 2008), y no será hasta su generalización posterior a todos los cuerpos docentes universitarios, mediante una modificación de la LOU en 2007 (RD 1312/2007), que el denominado *efecto ANECA* despliegue su potencial para condicionar significativamente la orientación de la investigación científica en España.

Eso sucede a partir de enero de 2008, con la implantación por parte de la ANECA del programa ACADEMIA para responder al mandato de generalizar a todos los cuerpos docentes universitarios la exigencia de acreditación para el acceso a la carrera académica, y la progresión en la misma. El impacto del programa ACADEMIA en la práctica científica radicaba, de entrada, en el decisivo peso curricular concedido a partir de entonces a la actividad investigadora, y especialmente a aquella dirigida a la publicación de trabajos en revistas científicas, y dentro de ellas al elenco reducido de las mejor posicionadas en los índices de impacto de las distintas especialidades, preferentemente internacionales. En consecuencia, la suposición de que estas nuevas condiciones institucionales hayan podido tener alguna repercusión en las prácticas de los investigadores es una hipótesis bien plausible.

Por lo que hace específicamente a la investigación sobre comunicación, los todavía escasos datos de que disponemos apuntan, de entrada, a un incremento de los artículos publicados en las revistas científicas españolas, que se duplica prácticamente entre 2006 y 2010 (Fernández-Quijada y Masip, 2013; y Baladrón, Correyero y Manchado, 2014, para el caso específico de los estudios sobre publicidad). Otra pauta probablemente atribuible también al impacto del programa ACADEMIA es el crecimiento exponencial de la presencia de autores españoles en las revistas internacionales de la especialidad, que se dispara justamente desde 2008 (Masip, 2011; De Filippo, 2013; Escribà y Cortiñas, 2013; Fernández-Quijada, Masip y Bergillos, 2013; Martínez-Nicolás, 2014). Así, por ejemplo, Masip (2011) constató que los trabajos de autoría española difundidos en las revistas de Comunicación del Social Science Citation Index casi se triplicaron entre 2006 y 2009; y los resultados obtenidos Martínez-Nicolás (2014) revelan que más del 70% de las contribuciones españolas a las revistas incluidas en Journal Citation Reports (JCR) y en Scopus entre 2003 y 2012 fueron publicadas en los años que siguieron a la implantación de ACADEMIA (2009-2012).

En este trabajo analizamos la investigación sobre comunicación publicada por autores adscritos a instituciones científicas españolas (generalmente, universidades) en revistas especializadas editadas en España justamente en este periodo posterior al despliegue del programa ACADEMIA. La indagación se plantea como continuación de un trabajo anterior (Martínez-Nicolás y Saperas, 2011) en el que se caracterizaban los estudios sobre comunicación en España en la década 1998-2007. Eso permitirá establecer comparaciones para trazar la evolución que ha seguido la investigación comunicativa española en los últimos 15 años, y especialmente para valorar el posible impacto de estas nuevas reglas institucionales en la orientación de la producción científica en este campo.

## 2. Diseño de la investigación

### 2.1. Objetivos y método

La caracterización de la investigación española sobre comunicación en el periodo más reciente se realizó mediante un análisis de contenido de una muestra de los artículos firmados por autores adscritos a universidades o centros de investigación radicados en España publicados entre 2008 y 2014 en cinco revistas científicas especializadas, con los siguientes objetivos:

1. Describir los *intereses de conocimiento* de los investigadores españoles, identificando los *ámbitos mediáticos o profesionales* (periodismo, comunicación audiovisual, publicidad, relaciones públicas, etc.) y los *objetos de estudio específicos* (profesionales, contenidos, audiencias, efectos, etc.) abordados en los trabajos publicados en este periodo.
2. Describir las *modalidades de investigación* en los estudios sobre comunicación en España, atendiendo al *tipo de investigación* realizada, la *orientación metodológica* de los trabajos de carácter empírico y las *técnicas de investigación* utilizadas.

### 2.2. Muestra y unidad de análisis

Para responder a estos objetivos se analizó una muestra de los artículos de autores adscritos a instituciones académicas españolas publicados en el periodo considerado por cinco revistas especializadas en comunicación editadas en España: *Anàlisi, Comunicación y Sociedad, Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Revista Latina de Comunicación Social* y *Zer*. Con respecto al estudio precedente que abarcaba la década 1998-2007, se decidió ampliar el elenco de revistas incorporando *Revista Latina de Comunicación Social* para reforzar la representatividad cualitativa de la muestra y atender el espectacular incremento de la producción científica sobre comunicación publicada en las revistas científicas españolas tras la implantación del programa ACADEMIA.

Las cinco seleccionadas están incluidas entre las revistas fuente de Comunicación a partir de las que se elaboraron las sucesivas ediciones del índice In-RECS, de la Universidad de Granada, y cuatro de ellas (*Revista Latina de Comunicación Social, Zer, Comunicación y Sociedad, y Estudios sobre el Mensaje Periodístico*) ocupan las primeras posiciones de impacto acumulado entre 2005-2009 del citado índice, el periodo más cercano al cubierto en este trabajo (<http://ec3.ugr.es/in-recs/acumulados/Comunicacion-5agnos-5.htm>). Por otra parte, en la clasificación de revistas científicas españolas de Comunicación elaborada en 2009 por el índice RESH del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, cuatro de ellas (*Zer, Comunicación y Sociedad, Revista Latina de Comunicación Social* y *Anàlisi*) están situadas entre las cinco primeras según el prestigio otorgado

por expertos del área (<http://epuc.cchs.csic.es/resh/indicadores#>, Comunicación). Teniendo en cuenta ambos indicadores, bibliométricos y cualitativos, los trabajos publicados en las revistas seleccionadas debieran ser tenidos por representativos de la investigación española de mayor calidad en el ámbito de comunicación en la etapa más reciente.

Año		<i>Anàlisi</i>	<i>Comunicación y Sociedad</i>	<i>Estudios Mensaje Periodístico</i>	<i>Revista Latina de C.S.</i>	<i>Zer</i>	Artículos por año
<b>2008</b>	Volumen	36 y 37	21 (1-2)	14	63	24 y 25	
	Artículos	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>35</b>	<b>42</b>	<b>31</b>	<b>144</b>
<b>2010</b>	Volumen	40	23 (1-2)	16	65	28 y 29	
	Artículos	<b>10</b>	<b>23</b>	<b>26</b>	<b>43</b>	<b>25</b>	<b>127</b>
<b>2012</b>	Volumen	45, 46 y 47	25 (1-2)	18 (1-2)	67	32 y 33	
	Artículos	<b>17</b>	<b>30</b>	<b>56</b>	<b>22</b>	<b>24</b>	<b>149</b>
<b>2014</b>	Volumen	50	27 (1-4)	20 (1-2)	69	36 y 37	
	Artículos	<b>9</b>	<b>39</b>	<b>73</b>	<b>33</b>	<b>24</b>	<b>178</b>
<b>Artículos por revista</b>		<b>60</b>	<b>104</b>	<b>190</b>	<b>140</b>	<b>104</b>	<b>598</b>

A partir de esta población de revistas, para el diseño muestral se optó por una cata de años alternos en el periodo estudiado (2008, 2010, 2012 y 2014), que conformó un corpus total de 598 artículos científicos, según la distribución por revista y año recogida en la tabla 1. Para este trabajo se utilizan los resultados obtenidos del análisis de los 529 textos (cerca del 90%) firmados por autores adscritos a universidades o centros de investigación españoles, siendo este, el artículo científico, la unidad de análisis de la que se obtuvieron los datos con la ficha de codificación aplicada.

### 2.3. Criterios de codificación

Se elaboró una ficha de codificación para la recogida de datos sobre 36 variables referidas a distintos aspectos del contenido de los artículos analizados (número y características de los autores, adscripciones institucionales, objetos de estudio, cuestiones metodológicas, etc.), y que para las aquí consideradas fue aplicada de acuerdo con los siguientes criterios de codificación:

**Intereses de conocimiento.** Por *intereses de conocimiento* entendemos estrictamente los *objetos de estudio* relacionados con la comunicación de que se ocupan en sus trabajos los investigadores, y



revelan, justamente, aquellos aspectos de los fenómenos comunicativos sobre los que la comunidad científica *está interesada* en generar conocimiento. Dada la complejidad de las decisiones relativas al *objeto* (o tema, si se quiere) de un determinado trabajo de investigación, esta dimensión fue observada mediante dos variables:

- (a) El *ámbito mediático o profesional* vinculado a la comunicación cuyo estudio se aborda en los artículos analizados, en donde se establecieron 61 categorías excluyentes que permiten distinguir con precisión entre trabajos que se propongan, por ejemplo, investigar cuestiones relacionadas con el periodismo en la prensa diaria, o en televisión, o en medios digitales; o con la publicidad gráfica o bien la radiofónica; o con el cine documental o el cine de ficción. Estas 61 categorías fueron posteriormente agrupadas en 12 de carácter general, igualmente excluyentes, para determinar los grandes ámbitos mediáticos o profesionales de interés para los investigadores: periodismo, comunicación audiovisual, publicidad, relaciones públicas, propaganda, marketing, internet y el entorno digital, etc.
- (b) El *objeto de estudio específico* en relación con cada uno de esos ámbitos mediáticos o profesionales, una variable que busca identificar el elemento del proceso comunicativo en el que se centra una determinada investigación, distinguiendo las categorías no excluyentes (en previsión de trabajos que aborden simultáneamente varios de ellos) de profesionales; empresas e instituciones; contenidos; tecnologías; públicos, audiencias y recepción; efectos e influencia; docencia; e investigación. Esta variable permite captar la diferencia entre, por ejemplo, tres estudios sobre “publicidad radiofónica” que aborden, uno, el análisis de los procesos de producción publicitaria en este medio (codificado en la categoría de “profesionales”); otro, el uso de recursos expresivos en la elaboración de los anuncios (codificado en la categoría de “contenidos”); y el tercero, en la recepción de estos por parte de las audiencias (codificado en la categoría de “públicos, audiencias y recepción”). El ámbito mediático o profesional abordado coincidiría en estos trabajos (la publicidad, y concretamente la publicidad en radio), pero diferirían en cuanto al elemento o aspecto del proceso comunicativo sobre el que se genera conocimiento en cada uno de ellos (los profesionales, los contenidos o la recepción), permitiendo así una caracterización más completa y adecuada del *interés de conocimiento* al que responden.

**Modalidades de investigación.** Esta dimensión, referida a aspectos epistemológicos de los trabajos analizados, fue atendida mediante la observación del comportamiento empírico de tres variables:

- (a) El *tipo de investigación* sobre comunicación que se publica, para lo que se establecieron las categorías excluyentes de trabajos de índole teórica (aquellos en los que se exponen y discuten teorías y conceptos, o se elaboran estados de la cuestión, etc.), metodológica (propuestas o discusiones sobre métodos, técnicas, procedimientos de investigación, etc.) y empírica (trabajos en donde se analiza alguna realidad fenoménica relacionada con la comunicación: rutinas profesionales, discursos mediáticos, historia de las empresas, legislación, características de las audiencias, docencia, etc.).
- (b) La *orientación metodológica* de los estudios empíricos, con cinco categorías excluyentes para distinguir entre investigación cuantitativa, cualitativa, mixta (cuantitativa y cualitativa), con apoyo en fuentes documentales y empírica sin técnicas sistemáticas o estandarizadas. Las tres primeras categorías se codificaron atendiendo al carácter de las técnicas para la obtención de datos utilizadas, según fuesen las propias de los métodos cuantitativo (análisis de contenido,

encuesta, etc.) o cualitativo (análisis del discurso, entrevista en profundidad, etc.), o bien una combinación de ambas. Se decidió incluir la categoría de “investigación con apoyo en fuentes documentales” para clasificar aquellos trabajos empíricos basados en el análisis de fuentes procedentes de archivos históricos, o la amplia diversidad de documentos generada por instancias políticas, legislativas, jurídicas o empresariales (informes, reglamentos, leyes, sentencias, memorandos, etc.), cuyo uso es frecuente, por ejemplo, en las investigaciones sobre historia de la comunicación, o sobre la estructura, organización y las políticas públicas en el sector comunicativo. Por lo que hace a la “investigación empírica sin técnicas sistemáticas”, en esta categoría fueron clasificados los trabajos metodológicamente deficientes; es decir, aquellos que, abordando aspectos fenoménicos de la comunicación (es decir, la propia realidad empírica), no apoyan los resultados que obtienen en datos obtenidos mediante procedimientos estandarizados (técnicas sistemáticas o análisis de fuentes documentales), hallándose más cerca del comentario, la reflexión personal o la descripción ocasional o intuitiva que del rigor exigible a la investigación científica.

- (c) Las *técnicas* para la obtención de datos utilizadas en los trabajos empíricos que recurren a procedimientos sistemáticos o estandarizados, en la que se distinguieron 11 categorías que incluyen la práctica totalidad de las técnicas identificadas usualmente en la literatura metodológica (análisis de contenido, encuesta, diseños experimentales, análisis del discurso, grupos de discusión, entrevistas en profundidad, investigación sobre datos secundarios, métodos biográficos, observación etnográfica, etc.).

## 2.4. Codificación y fiabilidad

En la codificación del corpus analizado participaron tres investigadores. En la primera fase de ese proceso se procedió al establecimiento y consolidación de los criterios de codificación sobre el 10% de los artículos de la muestra (60 aproximadamente). En una segunda fase se realizó una prueba de fiabilidad sobre otro 10% del corpus seleccionado aleatoriamente, cuyos resultados no alcanzaron el grado de acuerdo entre codificadores requerido para otorgar validez externa a los resultados, y específicamente en lo referido a las variables consideradas en este trabajo, que exigen de un mayor esfuerzo interpretativo (en especial, la determinación de los “objetos de estudio específicos” y la categoría de “investigación empírica sin técnicas sistemáticas”). Por esta razón, se decidió proceder a una doble codificación de todas las unidades de análisis, discutiendo, caso por caso, las discrepancias entre que se planteasen entre los codificadores. En consecuencia, los resultados obtenidos en este trabajo deben tenerse por altamente fiables de acuerdo con los estándares metodológicos del análisis de contenido cuantitativo.

## 3. Resultados

### 3.1. Intereses de conocimiento: ámbitos mediático-profesionales

La investigación española sobre comunicación realizada en la etapa más reciente se ha centrado muy mayoritariamente en el estudio del periodismo y la información periodística, del que se ocupan casi la mitad de los artículos publicados entre 2008 y 2014 en las revistas analizadas (tabla 2), a mucha distancia de la atención dedicada a los restantes ámbitos mediático-profesionales. La investigación sobre periodismo prácticamente dobla en volumen a la que se publica sobre comunicación audiovisual, aunque esta parece un área de trabajo perfectamente consolidada, y aglutina alrededor

de la cuarta parte de la producción científica en este periodo. Algo más endeble parece el interés por otros campos tradicionales en la investigación comunicativa, si bien los trabajos sobre relaciones públicas y comunicación corporativa e institucional representan cerca del 10%, doblando el porcentaje de los dedicados a la publicidad y el marketing, que tienen una escasa presencia en las revistas analizadas (solo en torno al 5%).

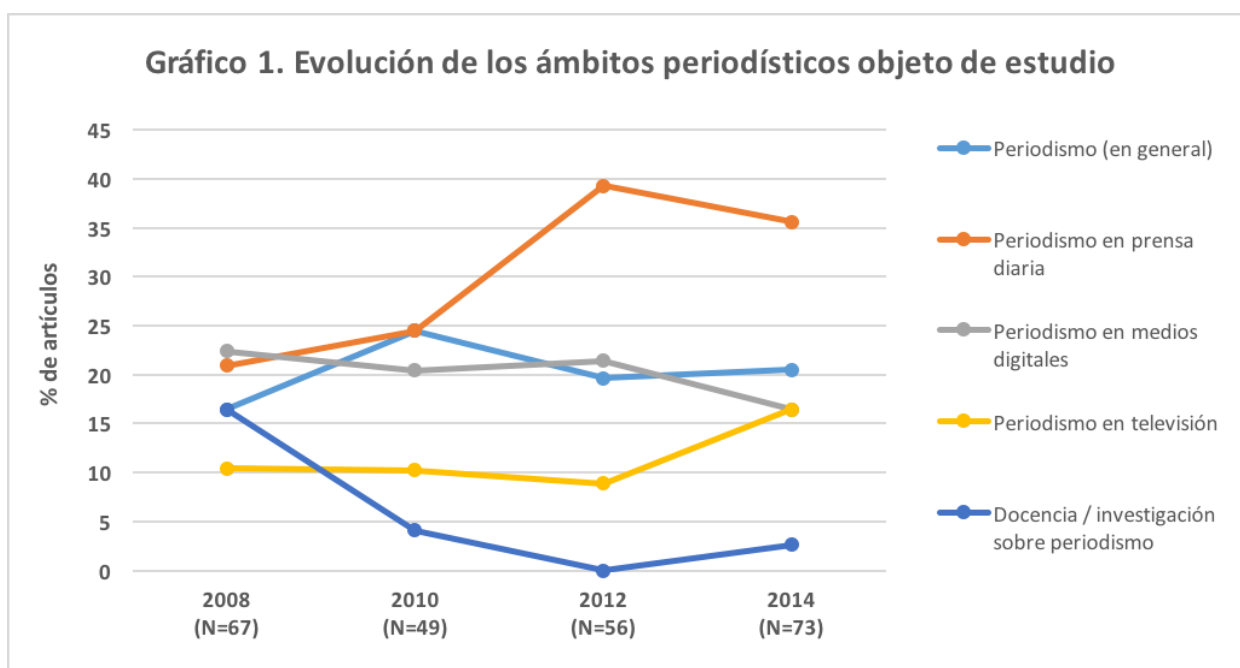
<b>Tabla 2</b>			
<b>ÁMBITO MEDIÁTICO O PROFESIONAL OBJETO DE ESTUDIO (2008-2014)</b>			
<b>(agrupación de las 61 categorías temáticas codificadas)</b>			
		<b>Número</b> <b>529)</b>	<b>(T =</b> <b>%</b>
Periodismo o información periodística	Periodismo (en general)	49	9,3
	Prensa diaria	74	14,0
	Televisión	29	5,5
	Radio	3	0,6
	Medios digitales	49	9,3
	Docencia / investigación	15	2,8
	Otros	26	4,8
	<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>46,3</b>
Comunicación audiovisual		123	23,3
Relaciones públicas y comunicación corporativa / institucional		47	8,9
Internet, medios digitales y NTIC		37	7,0
Comunicación o comunicación mediática (en general)		34	6,4
Publicidad y marketing		25	4,7
Propaganda		8	1,5
Otro		10	1,9

Los artículos sobre internet y, en general, el entorno digital alcanzan el 7% de los publicados, pero este dato no es certero en la indicación del interés de los investigadores españoles por los fenómenos relacionados con la digitalización. En efecto, esta categoría agrupa aquellos trabajos que estudian aspectos del entorno digital (internet, redes sociales, blogs, portales digitales, etc.) sin vinculación



con ninguno de los ámbitos mediático-profesionales considerados (periodismo, comunicación audiovisual, publicidad, relaciones públicas, propaganda, etc.), en cuyo caso fueron adscritos a estos. Así, por ejemplo, sendas investigaciones sobre el periodismo digital o sobre el uso de las redes sociales por parte de las empresas fueron asignadas, respectivamente, a las categorías de “periodismo” y de “relaciones públicas y comunicación corporativa e institucional”, aunque se retuvo el dato relativo a su referencia al entorno digital. Si tomamos en consideración este dato, los trabajos que abordan la comunicación en ese entorno digital constituyen casi el 20% de los analizados, haciendo del impacto de la digitalización sobre las prácticas y productos comunicativos uno de los objetos de estudio de más interés para la comunidad científica.

En cualquier caso, y como apuntábamos, la investigación sobre comunicación en España atiende de manera preferente a cuestiones relacionadas con el periodismo y la información periodística, de los que se ocupan cinco de cada diez artículos publicados en este periodo. Si indagamos con mayor detalle en las características de la investigación periodística española (tabla 2), podemos observar un claro predominio de los trabajos centrados en la prensa diaria publicada en soporte papel (casi la tercera parte de los artículos sobre periodismo), por encima de la atención dedicada al periodismo en los medios digitales y, sobre todo, a los periodismos televisivo y radiofónico, este último con una presencia meramente testimonial. No obstante, el análisis del periodismo digital es un área ya consolidada, siendo el objeto de estudio del 20% de los artículos sobre periodismo en esta etapa.

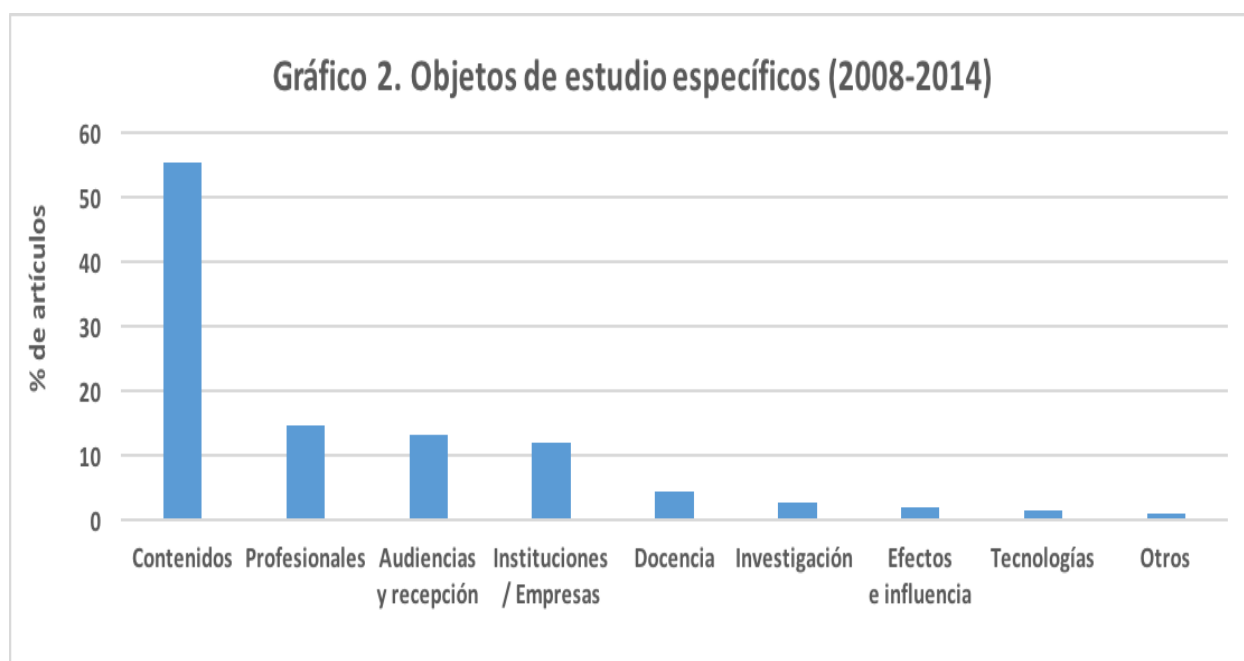


Si atendemos a la evolución de la investigación específicamente periodística en este periodo (gráfico 1), observamos que al inicio del mismo (año 2008) existe una notable diversificación de los intereses de conocimiento, con una distribución equilibrada de los trabajos que atienden a los principales objetos de estudio en este campo (medios digitales, prensa diaria, periodismo en general, docencia del periodismo y periodismo televisivo). Esta situación de diversificación y equilibrio se mantiene básicamente en 2010, excepto por lo que hace al abrupto descenso de los artículos sobre los aspectos docentes del periodismo, una vez avanzada, o incluso concluida, la adaptación de las enseñanzas

universitarias sobre comunicación al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) que impulsó la atención a este tema en los años anteriores. En la segunda mitad del periodo, desde 2012, este panorama queda claramente subvertido, con un crecimiento espectacular de los trabajos sobre la prensa diaria, que alcanzan el 40% de los publicados sobre periodismo ese año. La tendencia se mantiene en 2014, descendiendo incluso el porcentaje de los textos que abordan el periodismo digital, aunque se incrementan sensiblemente los dedicados al periodismo televisivo.

### 3.2. Intereses de conocimiento: objetos de estudio específicos

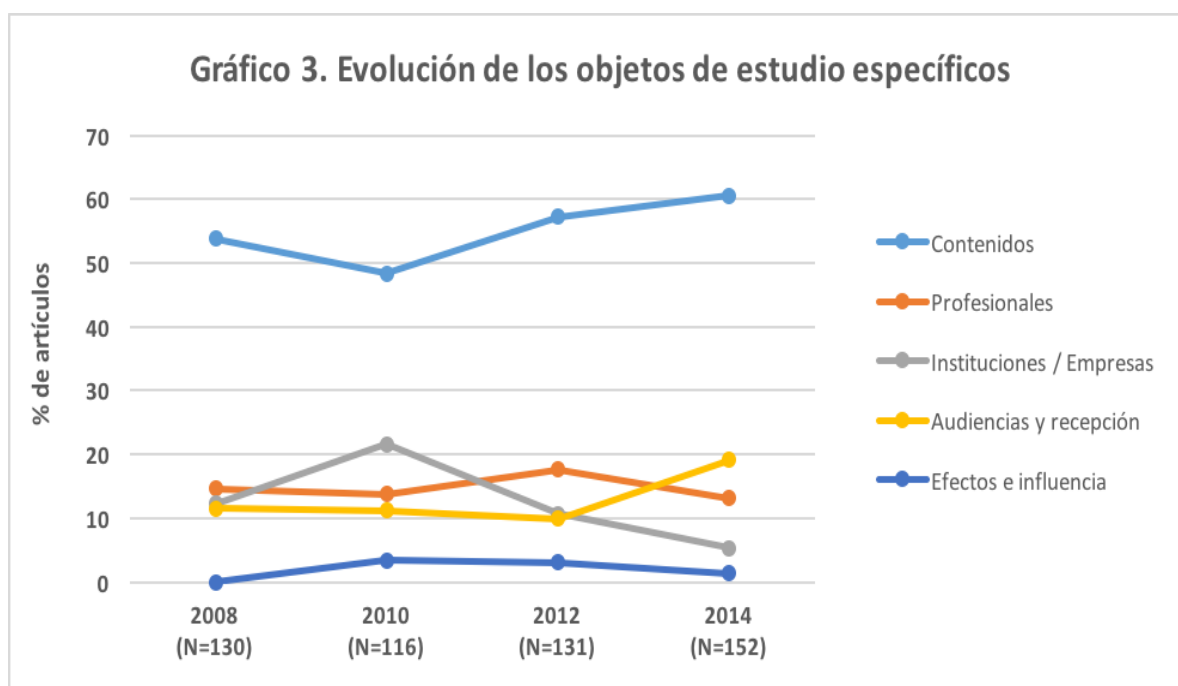
El análisis de las cuestiones relacionadas con la comunicación que han interesado a la comunidad científica española en esta etapa más reciente se completó observando los *objetos de estudio específicos* abordados, entendiendo por tales los elementos o aspectos concretos del proceso comunicativo sobre los que se propone generar conocimiento (gráfico 2). Los resultados indican que la investigación española se halla notablemente decantada hacia el estudio de los contenidos mediáticos, objeto del que se ocupan más del 55% de los artículos. De cada diez artículos publicados por autores españoles en este periodo, prácticamente seis fueron trabajos sobre contenidos, lo que da idea de la contundencia de ese sesgo *contenudista*.



Si combinamos este resultado con la centralidad del periodismo entre los ámbitos mediático-profesionales atendidos por la comunidad académica (casi la mitad de los artículos publicados), obtendríamos un perfil típico de la investigación comunicativa española caracterizado por un predominio claro de los estudios sobre los *contenidos periodísticos*, un objeto del que se ocupa casi la tercera parte del total de la producción científica sobre comunicación difundida por estas revistas en el periodo más reciente (167 trabajos de los 529 analizados, el 31,6%). Uno de cada tres artículos firmados por autores españoles es un análisis relacionado con el contenido de los productos

periodísticos, y específicamente con los discursos informativos (tratamiento, representación o cobertura de cualesquiera referentes sociales: inmigrantes, crisis sanitarias, violencia doméstica, campañas electorales, etc.), que constituyen el 20% (uno de cada cinco trabajos) de lo publicado sobre comunicación entre 2008 y 2014 en las revistas analizadas.

El interés por esta *dimensión discursiva* (el estudio de los contenidos mediáticos) contrasta con la relativa desatención hacia las dimensiones *institucional* y *social* del sistema comunicativo. La primera de ellas incluye aquellos trabajos sobre los ámbitos profesional (procesos de producción, cuestiones éticas y deontológicas, perfiles laborales, asociaciones corporativas, etc.) y empresarial (funcionamiento de las organizaciones, estructura de los mercados, políticas públicas sectoriales, etc.), y constituye de hecho un campo consolidado en la investigación comunicativa española más reciente, al que se adscriben alrededor de la cuarta parte de los artículos analizados (el 26,6%). Por lo que hace a la *dimensión social* (análisis de las audiencias, los procesos de recepción, efectos e influencia de los medios, etc.), los datos indican que es un ámbito ostensiblemente deficitario (solo en torno al 15% de los artículos incluidos en la muestra), aunque los estudios sobre audiencias y recepción tienen una presencia discreta, pero relevante (algo más del 13%).



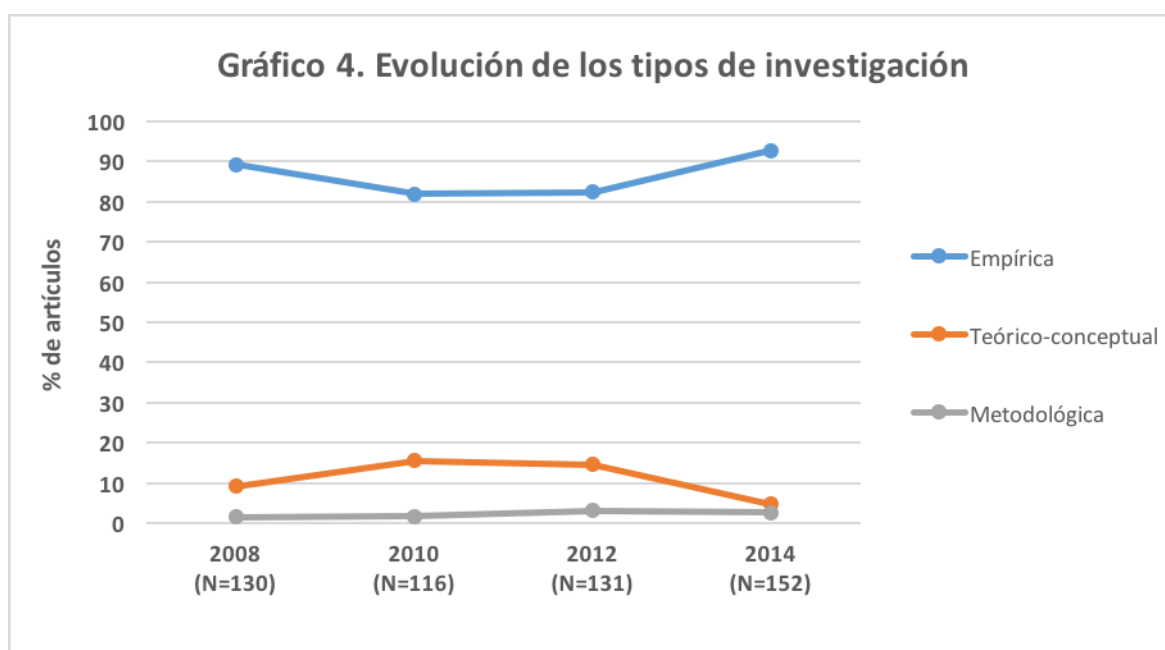
Si atendemos a la evolución de estos objetos de estudio específicos entre 2008 y 2014 (gráfico 3), puede apreciarse que el sesgo *contenudista* de la investigación comunicativa española ni se mitiga, ni se estabiliza en el transcurso del periodo, sino que incluso se acentúa en la etapa más reciente (los años 2012 y 2014), mientras descende el interés de la comunidad científica por el análisis de los aspectos institucionales vinculados a la comunicación, y muy especialmente en lo referido al sector empresarial, la estructura de los mercados o las políticas públicas que afectan al sector. Por contra, los trabajos sobre las características y la actividad de las audiencias en los procesos comunicativos repunta notablemente para convertirse en un objeto de estudio ya frecuente en la investigación española (el 20% de los artículos publicados por estas revistas en 2014), un interés sin duda ligado a

la extensión de las prácticas comunicativas emprendidas por las audiencias en el entorno digitales, especialmente en las redes sociales.

### 3.3. Tipos de investigación en los estudios sobre comunicación

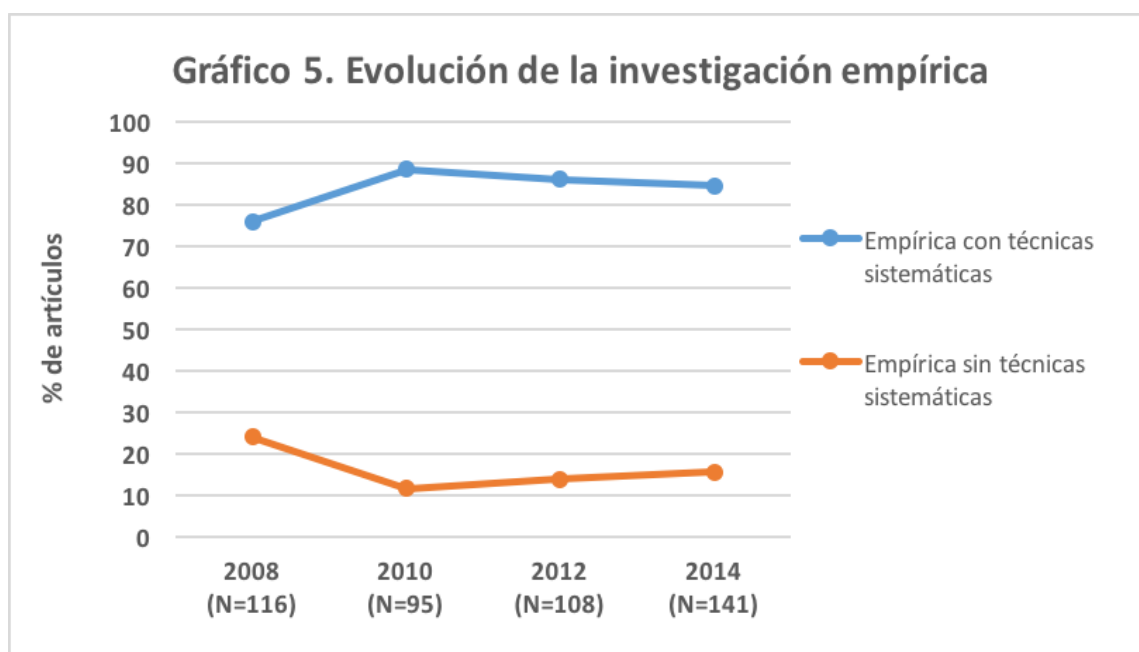
La investigación española sobre comunicación publicada en los últimos años en estas revistas tiene, en un volumen abrumador, un carácter empírico; es decir, se trata de trabajos que abordan problemáticas vinculadas a la propia realidad fenoménica de la comunicación (características de los contenidos, análisis de los procesos de producción, estudios del mercado comunicativo, consumo de productos mediáticos, descripción de audiencias, etc.). A este tipo de trabajo se adscriben, para el conjunto del periodo considerado, nueve de cada diez artículos publicados, con una clara tendencia (gráfico 4) al reforzamiento de ese perfil en el transcurso del mismo (casi el 93% de los trabajos en 2014).

Este resultado informa, en efecto, de una comunidad académica atenta a la generación de saberes sobre la propia realidad comunicativa. Pero no deja de ser sintomático el escaso esfuerzo investigador dedicado a la reflexión teórico-conceptual y a la discusión y propuesta de procedimientos metodológicos para la investigación empírica, un tipo de trabajo que, en la economía general de la producción del conocimiento científico, toma a su cargo unas funciones de clarificación conceptual y de propuesta de procedimientos técnicos necesarias para hacer avanzar la investigación empírica en una dirección epistemológicamente productiva y válida. Y esta es una tarea prácticamente abandonada en la investigación comunicativa española actual. En el último año aquí analizado (2014), los trabajos de este tipo obtienen un registro meramente testimonial, no llegando siquiera, entre ambas modalidades (teórica y metodológica), a uno de cada diez de los artículos publicados en estas revistas.



En cualquier caso, la posición dominante adquirida por la investigación empírica en la producción científica española sobre comunicación parece haber ido acompañada de una progresiva mejora, al menos indiciaria, de la calidad metodológica de la misma. Con el propósito de valorar este aspecto, se distinguieron los trabajos en los que la obtención de los datos empíricos se realizaba recurriendo a alguna de las técnicas sistemáticas establecidas en la literatura metodológica (análisis de contenido cuantitativo, encuesta, estudios del discurso, grupo de discusión, investigación experimental, etc.), de aquellos otros apoyados en datos meramente ocasionales, circunstanciales, subjetivos (impresiones personales del autor) y otras deficiencias en el acceso y manejo de la información empírica. El recurso a estas técnicas sistemáticas debe entenderse, en todo caso, estrictamente como un *indicio de calidad*, ya que el mero empleo de estos procedimientos no implica necesariamente que su aplicación efectiva se realice con la corrección metodológica requerida.

Teniendo en cuenta esta circunstancia, los resultados indican que la investigación empírica de autoría española en este periodo reciente se adecua, en líneas generales, a los estándares mínimos exigibles a los trabajos de este tipo. En más del 80% de los artículos analizados fue posible identificar alguna de estas técnicas sistemáticas o estandarizadas, aunque todavía persiste casi un 20% que deben ser considerados producto de una mala praxis investigadora.

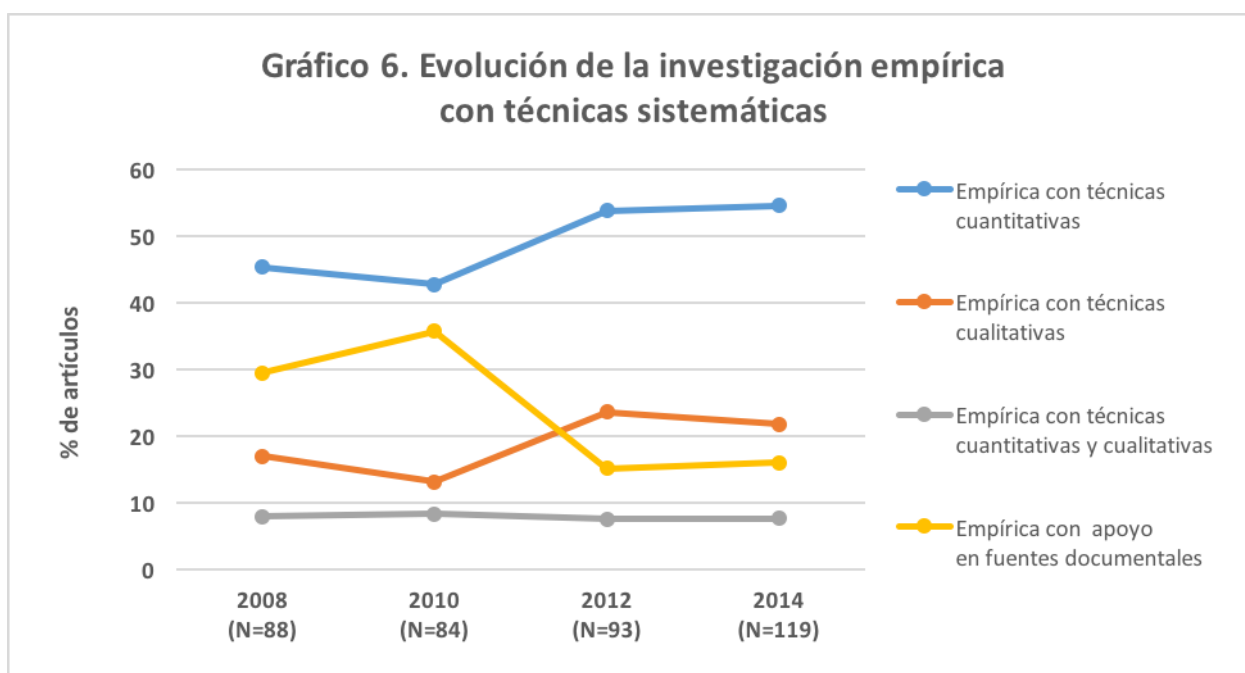


Si observamos la evolución de esta variable, resulta muy significativa la sustancial mejora de la calidad de la investigación empírica publicada en el transcurso de este periodo, ya que al inicio del mismo, en 2008, todavía casi una cuarta parte (el 24,1%) adolecía de carencias metodológicas básicas, y en los años siguientes esa proporción baja para estabilizarse en torno a uno de cada diez. En cualquier caso, la ligera pero continuada tendencia al alza desde 2010, que sitúa el porcentaje de la investigación empírica deficiente en 2014 en un elevado 16%, indicarían que la condescendencia de las revistas científicas españolas en la publicación de trabajos que no alcanzan el rigor metodológico mínimo exigible es un problema ya atenuado con respecto a etapas precedentes, pero todavía enquistado.



### 3.4. Orientación metodológica de la investigación empírica cualificada

La investigación empírica cualificada (esto es, aquella que en su ejecución recurre a técnicas y procedimientos sistemáticos o estandarizados para el acceso y tratamiento de los datos) representa, como decíamos, algo más del 80% de los trabajos de este tipo, con un predominio claro de aquellos de índole cuantitativa, a los que se adscriben la mitad de los registrados (191 de los 384 artículos con indicios de una calidad metodológica aceptable). Las restantes modalidades de la investigación empírica metodológicamente solvente obtienen registros mucho más discretos. La investigación basada en métodos y técnicas cualitativas roza el 20%, y aquella otra que apoya sus resultados en el análisis de fuentes documentales (archivos, informes políticos o empresariales, corpus legales o de doctrina jurídica, etc.) casi llega a la cuarta parte (el 23,2%) de lo publicado en el conjunto del periodo más reciente. Por su parte, los trabajos que combinan técnicas cuantitativas y cualitativas se acercan al 8% de los artículos analizados.



Al margen de su esperado predominio, el dato probablemente más significativo es el reforzamiento progresivo de los estudios de tipo cuantitativo en la investigación comunicativa española más reciente (gráfico 6). A comienzos del periodo analizado se da un escenario de relativa diversidad entre estas distintas modalidades de investigación, en donde ninguna de ellas alcanza una posición abrumadoramente dominante. En la primera parte de esta etapa, entre 2008 y 2010, de cada diez artículos publicados cuatro son trabajos cuantitativos, en efecto, pero tres recurren al análisis de fuentes documentales, dos son investigaciones cualitativas y uno combina técnicas cuantitativas y cualitativas. Esta situación equilibrada muda en la segunda parte del periodo, y en los años 2012 y 2014 los trabajos cuantitativos constituyen ya prácticamente seis de cada diez, mientras que los cualitativos se mantienen en el entorno del 20% y los basados en fuentes empíricas documentales desciende muy apreciablemente.

Los resultados obtenidos sobre las técnicas utilizadas en los trabajos metodológicamente solventes permiten cerrar el perfil de la investigación empírica que se hace actualmente en España (gráfico 7), particularmente afecta al uso del análisis de contenido cuantitativo, una técnica empleada en casi el 40% de los artículos publicados por estas revistas. Como decíamos, la indagación sobre los contenidos mediáticos es, de largo (cerca del 60% de los textos), el objeto de estudio específico más frecuentado por la comunidad científica española, pero generalmente se resuelve mediante el análisis de contenido cuantitativo, y solo en el 15% de los trabajos se plantean estudios cualitativos del discurso en cualquiera de sus variantes (lingüísticos, textuales, narratológicos, críticos, retóricos, argumentativos, etc.).



Entre las restantes técnicas, y al margen de los trabajos basados en fuentes documentales, solo la encuesta (entre las cuantitativas) y la entrevista en profundidad (entre las cualitativas) alcanzan una presencia regular en la investigación española (en torno al 15% y el 9% de los artículos, respectivamente), mientras que el resto de los procedimientos empíricos a disposición de los investigadores, ya sean cuantitativos (la investigación experimental) o cualitativos (grupo de discusión, observación etnográfica o los métodos Delphi y biográfico), son utilizados solo muy ocasionalmente, con registros que no superan en ningún caso el 5% de los textos publicados.

Las características de las técnicas utilizadas nos informan asimismo sobre el tipo de fuente de datos en el que se ha apoyado la investigación empírica sobre comunicación en España en este periodo. El 75% de los artículos que abordan aspectos de la realidad comunicativa ha recurrido a datos procedentes de documentos (informaciones periodísticas, anuncios, intervenciones en las redes sociales, páginas en internet, leyes, informes, códigos éticos, planes de estudio universitarios, artículos científicos, etc.), y solo el cuarto restante lo ha hecho a fuentes vivas; esto es, a los datos ofrecidos por personas que son encuestadas, entrevistadas, observadas, biografiadas o que participan en reuniones para la discusión en grupo o en experimentos. La investigación comunicativa española

es, esencialmente, una investigación a partir de documentos, realizada por una comunidad científica encerrada en hemerotecas, archivos o historiales digitales, y poco propensa a captar la realidad comunicativa a pie de calle.

#### 4. Discusión y conclusiones

El análisis de los trabajos publicados entre 2008 y 2014 por autores adscritos a instituciones y centros de investigación radicados en España en cinco de las revistas especializadas más relevantes revela el siguiente perfil general de la investigación comunicativa española en el periodo más reciente:

- (a) La centralidad del periodismo y la información periodística como ámbito mediático-profesional al que mayor esfuerzo investigador dedica la comunidad científica (casi el 50% de los artículos analizados), aunque los estudios sobre comunicación audiovisual son también un área bien consolidada. Por contra, el interés por las relaciones públicas y la comunicación corporativa, y, sobre todo, por la publicidad y el marketing, se mueve en parámetros mucho más discretos.
- (b) En el campo específico de la investigación periodística, la atención parece dirigirse especialmente al análisis de aspectos relacionados con la prensa diaria (procesos de producción, contenidos informativos, etc.), que registran la tercera parte de los trabajos sobre este ámbito, superando ampliamente a aquellos que se ocupan del análisis del periodismo digital o al ejercido en los medios audiovisuales (televisivo y radiofónico). Más aún, el interés por la prensa diaria parece incluso acentuarse en la investigación periodística más actual (años 2012 y 2014 de la muestra analizada).
- (c) La creciente relevancia de la investigación referida al entorno digital, tanto específicamente (internet, redes sociales, etc.) como en su vinculación con los distintos ámbitos mediático-profesionales (periodismo, comunicación audiovisual, publicidad, comunicación corporativa, etc.), que representan ya en torno a la quinta parte de los artículos publicados.
- (d) El abrumador predominio de los estudios sobre los contenidos mediáticos, que suponen prácticamente seis de cada diez de los trabajos publicados, un interés que, lejos de mitigarse, estabilizarse o decaer en el transcurso del periodo considerado, sigue una progresión ascendente en los años más recientes (2012 y 2014).
- (e) El interés por la *dimensión discursiva* de la comunicación contrasta con la relativa desatención de sus dimensiones *institucional* (profesionales, empresas, mercados, políticas sectoriales, etc.) y *social* (audiencias, consumo mediático, efectos e influencia de los medios, etc.). La primera decae incluso en los últimos años analizados para situarse en no más del 15% de los artículos publicados; y la segunda repunta solo recientemente para alcanzar en el último año analizado (2014) el 20%, impulsada por los estudios sobre la actividad de las audiencias en el entorno digital.
- (f) El decaimiento paulatino, hasta su práctica desaparición en el último año analizado (2014), de los trabajos de índole teórico-conceptual y metodológica, al tiempo que se fortalece la tendencia a la publicación de investigaciones empíricas (más del 90% de los artículos

publicados), y específicamente de aquella de tipo cuantitativo, con un predominio claro del análisis de contenido como técnica para la obtención de datos.

- (g) La mejora indiciaria de la calidad metodológica de los trabajos empíricos, con un descenso apreciable de los artículos resultado de una deficiente praxis investigadora. Este tipo de trabajos pasan de suponer en torno a la cuarta parte de los artículos publicados en 2008 a situarse en el entorno del 10% en los años posteriores, aunque con una tendencia de nuevo alcista que sitúa el registro de esta investigación no solvente en el 16% de los trabajos empíricos publicados en 2014.

Si comparamos este perfil general de la reciente investigación sobre comunicación en España con el obtenido en el análisis del periodo 1998-2007 (Martínez-Nicolás y Saperas, 2011), comprobamos que los investigadores españoles continúan básicamente interesados en el estudio del periodismo y la información periodística, que entonces como ahora representan casi la mitad los trabajos publicados por las revistas científicas españolas. No obstante, en esta etapa reciente crecen significativamente los estudios sobre comunicación audiovisual, y sobre relaciones públicas y comunicación corporativa e institucional. Por lo que hace específicamente a la investigación periodística, en esta última etapa se ha incrementado el interés por el análisis del periodismo digital (del 3% de los artículos en 1998-2007 al casi 10% actual) y, en menor medida, del practicado en los medios audiovisuales (y especialmente el televisivo, cuyo porcentaje se duplica con respecto al del periodo anterior). Pero hemos observado también una significativa alteración en la estructura temática de los estudios sobre periodismo en los últimos años, cuyos intereses de conocimiento parecen volver nuevamente a una pauta que podríamos calificar de tradicional, o conservadora, centrada en el análisis de prácticas o productos (discursos, formatos, etc.) generados en un ámbito, la prensa diaria, cuya relevancia en el ecosistema informativo ha ido justamente declinando en esta etapa reciente, mientras mengua el interés por aquellas modalidades periodísticas de mayor influencia social (los periodismos televisivo y radiofónico), o de mayor proyección profesional por su carácter emergente (el periodismo digital).

Otro de los rasgos al parecer perennes de la investigación comunicativa española es el sesgo *contenudista* que la caracterizaría, siendo el análisis de los contenidos mediáticos el objeto de estudio más ampliamente atendido por la comunidad científica, una preferencia que incluso se refuerza en estos últimos años. Los trabajos sobre este objeto suponían el 53,2% de los analizados en el periodo 1998-2007, y entre 2008 y 2014 se sitúan en un porcentaje similar (el 55,4%), pero superan ya el 60% en el último año analizado. Más significativa es la reducción drástica del interés académico por la *dimensión institucional* del sistema comunicativo (profesiones, empresas, mercados, políticas, etc.) en este periodo reciente, atendida en alrededor de la cuarta parte de los artículos analizados, cuando entre 1998-2007 lo era en más de la mitad de los trabajos.

Con todo, el cambio más apreciable entre los dos periodos que comparamos es el relativo a la sustancial mejora –al menos indiciaria, insistimos– en la calidad metodológica de la investigación empírica. Dependiendo del año, entre el 30% y el 45% de los artículos publicados en la década de 1998-2007 presentaba carencias metodológicas básicas, mientras que para el conjunto de este periodo más reciente ese porcentaje se sitúa en el 16%. Todo parece apuntar a que se ha tratado de un proceso de mejora paulatino, pues en el primero de los años considerados en este trabajo, 2008, todavía el 25% de los artículos empíricos debía adscribirse a la categoría de investigación metodológicamente no solvente. El salto cualitativo a este respecto se produce a partir de ese momento, y en 2010 las malas prácticas investigadoras ya solo afectarían a uno de cada diez trabajos empíricos, aunque con un preocupante rebrote de las mismas en los años siguientes (2012 y 2014).

El periodo abarcado conjuntamente por este trabajo y el precedente (Martínez-Nicolás y Saperas, 2011), entre 1998 y 2014, se halla marcado por un punto de cesura institucional, la implantación del programa *Academia* de acreditación del profesorado universitario, cuyas repercusiones en la orientación de la investigación española, en general, y de los estudios sobre comunicación, específicamente, están todavía por determinar con el rigor necesario, y a cuya caracterización pueden contribuir algunos de los resultados aquí obtenidos. Es significativo, por ejemplo, que, aun habiendo sido tradicionalmente el objeto predominante en la investigación comunicativa española, el interés por el análisis de los contenidos mediáticos, y especialmente de los contenidos relacionados con la información periodística, repunte en este periodo posterior a *Academia* hasta alcanzar el 60% de la investigación publicada. Y lo es igualmente que la investigación periodística experimente también en estos momentos una especie de giro conservador que la conduce de nuevo a primar los trabajos sobre la prensa diaria para analizar, básicamente, tratamientos, representaciones o coberturas informativas a partir de corpus textuales, los de la prensa diaria, fácilmente accesibles para los investigadores.

Es también relevante para esta discusión constatar el decreciente interés, hasta el punto de su casi irrelevancia actual, de la *dimensión institucional* del sistema comunicativo, cuyo objeto de estudio (perfiles profesionales, procesos de producción, organización empresarial, estructura de los mercados, políticas de comunicación, etc.) demanda, por lo general, del empleo de técnicas y procedimientos de investigación empírica (encuesta, entrevista en profundidad, observación etnográfica, análisis documental) más onerosos en cuanto a los recursos necesarios para su aplicación (entre ellos, el tiempo) que los precisados, por ejemplo, para el análisis de contenido cuantitativo, técnica recurrente en la investigación comunicativa española con tendencia a reforzar su posición dominante. Y relevante es también, en fin, la práctica desaparición de los trabajos teórico-conceptuales en la producción científica española más reciente, abocada ampliamente a una investigación empírica de corte cuantitativo (casi el 60% de los artículos empíricos en 2014), acorde al estándar metodológico internacionalmente hegemónico (Carrasco-Campos y Saperas, 2014 y 2016).

Qué relación haya entre estas tendencias de la reciente investigación comunicativa y los nuevos requisitos institucionales impuestos por el programa *Academia* para la profesionalización académica es una cuestión que precisa, sin duda, de análisis más detallados. Pero se van acumulando los indicios razonables de que las decisiones y prácticas de los investigadores sobre comunicación comienzan a responder, en alguna medida al menos, a estrictos cálculos de rentabilidad curricular.

\* Investigación financiada. Este trabajo forma parte del proyecto *25 años de investigación sobre comunicación en España (1990-2015): producción científica, comunidad académica y contexto institucional*, financiado por el Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016 (CSO2013-40684-P, <http://www.incomes-25.es>). Agradecemos a Rebeca Martínez Fernández, becaria de investigación adscrita al proyecto, su participación en el proceso de codificación.



## 5. Referencias bibliográficas

ANECA (2005): *Libro blanco sobre los títulos de Grado en Comunicación*. Madrid: ANECA.

Baladrón, A. J.; Correyero, B. y Manchado, B. (2014): “Three decades of advertising research in Spain: analysis of scientific communication journals (1980-2013)”, *Communication & Society*, 27 (4): 49-71. <http://dx.doi.org/10.15581/003.27.4.49-71>

Carrasco-Campos, Á. y Saperas, E. (2014): “Debate, confrontación y hegemonía en la disciplina de la comunicación. Nuevos tiempos para un paradigma dominante”, *Redes.com*, 10: 145-158. <http://revista-redes.hospedagemdesites.ws/index.php/revista-redes/article/view/336/366>

Carrasco-Campos, Á. y Saperas, E. (2016): “Cambio tecnológico, globalización neoliberal y hegemonías metodológicas en la investigación comunicativa internacional”, *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 32. <http://ambitoscomunicacion.com/2016/cambio-tecnologico-globalizacion-neoliberal-y-hegemonias-metodologicas-en-la-investigacion-comunicativa-internacional>

De Filippo, D. (2013): “La producción científica española en Comunicación en WOS. Las revistas indexadas en SSCI (2007-12)”, *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, 21: 25-34. <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-02>

Escribà, E. y Cortiñas, S. (2013): “La internacionalización y las coautorías en las principales revistas científicas de Comunicación en España”, *Comunicar Revista Científica de Comunicación y Educación*, 21, pp. 35-44.

Fernández-Quijada, D. y Masip, P. (2013): “Tres décadas de investigación española en comunicación: hacia la mayoría de edad”, *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, 41: 15-24. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-01>

Fernández-Quijada, D.; Masip, P. y Bergillos, I. (2013): “El precio de la internacionalidad: la dualidad en los patrones de publicación de los investigadores españoles en comunicación”, *Revista Española de Documentación Científica*, 36 (2): e010. <http://dx.doi.org/10.3989/redc.2013.2.936>

Jones, D. (1998): “Investigación sobre comunicación en España. Evolución y perspectivas”, *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 5: 3-51. <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer05-01-jones.pdf>

Martínez-Nicolás, M. (2008): “La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales”. En M. Martínez-Nicolás (coord.): *Para investigar la comunicación. Propuestas teórico-metodológicas*. Madrid: Tecnos, pp. 13-52. Reproducido en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64: 1-14, 2009. [http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/01\\_800\\_01\\_investigacion/Manuel\\_Martinez\\_Nicolas.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/01_800_01_investigacion/Manuel_Martinez_Nicolas.html)

Martínez-Nicolás, M. (2014): “La investigación española sobre Comunicación de mayor visibilidad internacional. Análisis de los trabajos publicados en las revistas internacionales del *Journal Citation Reports* (JCR) y el *SCImago Journal & Country Rank* (SJR-Scopus)”. Ponencia presentada al IV Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC). Bilbao, enero.

Martínez-Nicolás, M. y Saperas, E. (2011). “La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas”, *Revista Latina de Comunicación Social*, 66: 101-129.  
<http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-926-101-129>

Masip, P. (2011): “Los efectos del efecto ANECA: análisis de la producción española en comunicación en el *Social Sciences Citation Index* (1999-2009)”. En J. L. Piñuel, C. Lozano y A. García-Jiménez (eds.): *Investigar la comunicación en España*. Madrid: Asociación Española de Investigación de la Comunicación, pp. 649-663.

Moragas, M. de (2005): “Investigación de la comunicación y política científica en España”. Ponencia presentada a la Reunión Científica de la Sociedad Española de Periodística (SEP). Santiago de Compostela, mayo.

Saperas, E. (2016): “Cuatro décadas de investigación comunicativa en España. Los procesos de institucionalización y profesionalización de la investigación”, *Disertaciones. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social*, 9 (2): 27-45.  
<http://dx.doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016.02>

Soriano, J. (2008): “El efecto ANECA”. Comunicación presentada al I Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC). Santiago de Compostela, enero.

---

### How to cite this article in bibliographies / References

M Martínez-Nicolás, E Saperas-Lapiedra (2016): “Objetos de estudio y orientación metodológica de la reciente investigación sobre comunicación en España (2008-2014)”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 1.365 a 1.384.  
<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1150/70en.html>  
DOI: [10.4185/RLCS-2016-1150en](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1150en)

### - En el interior de un texto:

... M Martínez-Nicolás y E Saperas-Lapiedra (2016: 1.365 a 1.384)...  
o  
... M Martínez-Nicolás y E Saperas-Lapiedra, 2016 (1.365 a 1.384)...

Artículo recibido el 22 de noviembre de 2016. Aceptado el 23 de diciembre.  
Publicado el 27 de diciembre