
Miscellaneous

Ángel Carrasco-Campos
<https://orcid.org/0000-0002-0986-5305>
angel.carrasco.campos@uva.es
Universidad de Valladolid

Enric Saperas
<https://orcid.org/0000-0003-2017-078X>
enric.saperas@urjc.es
Universidad Rey Juan Carlos

Recibido
10 de octubre de 2021
Aprobado
7 de febrero de 2022

© 2022
Communication & Society
ISSN 0214-0039
E ISSN 2386-7876
doi: 10.15581/003.35.2.155-168
www.communication-society.com

2022 – Vol. 35(2)
pp. 155-168

Cómo citar ese artículo:
Carrasco Campos, Á. & Saperas, E. (2022). Los marcos teóricos en cinco revistas españolas de referencia sobre comunicación (2011-2021): entre la centralidad y la dispersión teórica. *Communication & Society*, 35(2), 155-168.

Los marcos teóricos en cinco revistas españolas de referencia sobre comunicación (2011-2021): entre la centralidad y la dispersión teórica

Resumen

Este artículo describe la investigación publicada durante la década 2011-2020 en cinco revistas españolas de referencia en el campo de la comunicación, con el propósito de identificar los marcos teóricos y las teorías con mayor presencia. Para ello, se ha seleccionado sistemáticamente una muestra estadísticamente representativa de los artículos publicados durante ese periodo en las cinco revistas con mayor continuidad e impacto en *ranking* SJR de Scopus: *Profesional de la Información*, *Comunicar*, *Communication & Society*, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* y *Revista Latina de Comunicación Social*. Se ha aplicado un protocolo de codificación mediante 13 variables y 74 categorías con el objetivo de comparar los tipos de marco teórico y las teorías estándar en las principales áreas objeto de estudio de los artículos analizados. Los resultados manifiestan que, si bien la práctica totalidad de los artículos publicados incorporan alguna modalidad de marco teórico, menos de la mitad se desarrollan con algún tipo de fundamentación mediante teorías reconocibles. Más concretamente, el periodismo y la comunicación digital son las dos áreas objeto de estudio con mayor uso de teorías estándar: en el caso del periodismo, mediante teorías clásicas de la comunicación (*framing*, *agenda setting*, roles y culturas profesionales del periodismo), mientras que la investigación en comunicación digital presenta una mayor dispersión teórica en los artículos analizados. En otras áreas de investigación (comunicación audiovisual y relaciones públicas, entre ellas) es mucho más frecuente el desarrollo de marcos teóricos mediante revisión de literatura.

Palabras clave

Marco teórico, teorías de la comunicación, objetos de estudio, áreas de conocimiento, meta-investigación, revistas académicas.

1. Introducción, justificación y estado de la cuestión

Durante la segunda década del siglo XXI la comunicación en España ha consolidado una tercera fase de madurez que ya había sido iniciada en la primera década de los años dos mil (Martínez-Nicolás, 2009; Saperas, 2016). En este periodo se han experimentado tres

tendencias que han modificado la dimensión, la centralidad y el alcance teórico del campo disciplinar. En primer lugar, una transformación de sus objetos de estudio, con la emergencia de nuevos problemas y retos de investigación como consecuencia del cambio en el sistema de medios global, con la convivencia de medios tradicionales con productos novedosos como plataformas audiovisuales, redes sociales y proveedores de servicios (Castells, 2009; Hartley, 2012). De forma complementaria, y asociado a esta transformación del sistema de medios, el reconocimiento de la comunidad académica de una agenda de investigación en la que se integran los objetos de estudio emergentes con aquellos otros más tradicionales. Y, por último, un renovado perfil institucional de la investigación moldeado por el predominio de las revistas científicas, las asociaciones científicas y la consolidación de las bases de datos bibliométricas. Estas tres transformaciones, a las que nos hemos referido con más detalle en otros trabajos (Carrasco-Campos & Saperas, 2021), forman parte del marco de referencia, compartido internacionalmente, para la producción y difusión del conocimiento de vanguardia y para la construcción de redes de colaboración, y también de competencia profesional, entre investigadores.

Esta nueva madurez a la que nos referimos no puede ser explicada solamente dentro de los márgenes de un Efecto Bolonia (Sánchez-Vigil, Marcos-Recio & Oliveira, 2011; Moreno, Carrasco-Campos & Saperas, 2014) o Efecto ANECA (Soriano, 2008; Masip, 2011). La adopción en España de este marco internacional en las dos últimas décadas ha propiciado el impulso de las asociaciones científicas como espacios de encuentro entre investigadores: en el marco nacional, mediante la consolidación de espacios asociativos (tales como AE-IC, ACOP, SEP, AIRP, REDIPUB o ULEPICC, por citar algunos ejemplos) que, siguiendo el modelo de las grandes asociaciones internacionales, han visto fortalecidos su funcionamiento interno y proyección social; a escala internacional, con el crecimiento de la presencia española en asociaciones internacionales, tanto en la presentación de comunicaciones como también, aunque en menor medida, en su presencia en la estructura organizativa de secciones y grupos de trabajo (Vicente-Mariño, 2017). De manera complementaria, este marco también ha implicado la incorporación de las revistas académicas españolas en los principales *rankings* de referencia internacional; especialmente a partir de 2010, con el aumento acelerado de la presencia de estas revistas en los índices de referencia como el *ranking* SJR, *ranking* que en su edición de 2020 incluye 21 revistas de comunicación editadas en España. Este aumento de revistas españolas en los *rankings* internacionales de primer orden se sitúa en paralelo al aumento de la producción científica española en revistas, hacia una progresiva, aunque todavía tímida, presencia de autorías españolas en revistas internacionales indexadas durante la primera década del siglo XXI (Fernández-Quijada & Masip, 2013; De Filippo, 2013; Martínez-Nicolás, 2014). Así, aunque las revistas siempre han desempeñado un rol clave en la difusión y publicidad de los procesos y resultados de investigación, en la actualidad han ocupado un papel central como agente institucional que determina los intereses de investigación, los procedimientos estándar de construcción de conocimiento, así como los estándares de evaluación de la ciencia y su impacto. Por primera vez han conseguido desbancar en este rol a los libros académicos, *readers* y monografías como compilación de teorías dominantes de un campo, configuración de agendas de investigación y transmisión del conocimiento de unas generaciones a otras. Se trata, por tanto, del agente institucional más destacado en el proceso de estandarización e internacionalización de la actividad investigadora.

Este nuevo marco para las ciencias de la comunicación, en el que las asociaciones y las revistas han incorporado el nuevo perfil institucional ya referido, ha resultado un contexto altamente eficaz para que se impulsen globalmente estándares y agendas de investigación, dando nueva forma al marco general conocido como *paradigma dominante* (Gitlin, 1978). Es por ello por lo que las teorías y los marcos teóricos resultan un componente central para comprender el enfoque y alcance de las investigaciones que se desarrollan en este campo, así como su definición y delimitación en la actualidad. A pesar de todo, el estatus teórico de la

comunicación ha sido siempre objeto de debate, y resulta un recurso habitual plantear su definición aludiendo a su carácter multiparadigmático en el que confluyen diferentes corrientes y perspectivas teóricas conforme a objetos de estudio comunes (De-Moragas, 1981; Craig, 1999). La fragmentación teórica del campo es un lugar común en las diferentes fases del proceso de construcción, revisión y formación de nuevos modelos disciplinares (Bryant & Miron, 2004), hasta el punto incluso de llegar a postularse en estudios recientes como “post-disciplina” (Waisbord, 2019). Sin embargo, a pesar de su característico pluralismo epistemológico (Martínez-Nicolás, Saperas & Humanes, 2019), se ha consolidado el consenso en la comunidad científica sobre la delimitación de la comunicación como campo, específico y reconocible, a través de la “creciente integración y fertilización cruzada de modelos, métodos y paradigmas en la teoría y la investigación” (Deuze, 2021, p. 6). Evaluar la existencia de cierto grado de coherencia entre las teorías, así como con sus objetos de estudio (Donsbach, 2006; Calhoun, 2011), resulta fundamental para comprender los límites y la consistencia del campo, especialmente en periodos que, como el actual, se caracterizan por la transformación de la disciplina, la convivencia de nuevas líneas de investigación con objetos e intereses de estudio más clásicos, y los retos teóricos y metodológicos que lo acompañan.

2. Objetivos

Este artículo analiza los usos y presencia de las teorías en la investigación comunicativa reciente, con el propósito de conocer las modalidades y funciones que desempeñan los marcos teóricos en una muestra representativa de los artículos publicados en la última década (2011-2020) por cinco revistas españolas de referencia para el campo de la comunicación, de acuerdo al *ranking* SJR.

En la literatura internacional existen precedentes relevantes, algunos ya considerados clásicos, que han abordado la reflexión y análisis sobre teoría e investigación en comunicación. Trabajos como los primeros *Ferment in the Field* editados por *Journal of Communication* (Gerbner & Siefert, 1983; Levy & Gurevitch, 1993), así como también los de T. Gitlin (1978), P. Golding y G. Murdock (1978), R. T. Craig, (1999), W. Donsbach (2004), o más actualmente de K. Nordenstreng (2017), S. Waisbord (2019), M. Deuze (2021), el número especial por el 25 aniversario de la revista *Communication Theory* (Hanitzsch, 2015) y la más reciente edición de un nuevo *Ferment in the Field* (Fuchs & Qiu, 2018), son algunos ejemplos. Sin embargo, este tipo de estudios destacan por su carácter reflexivo y eminentemente teórico sobre el estado de la teoría o el estatuto disciplinar de la comunicación, sin ofrecer evidencias empíricas.

En la investigación española, los estudios sobre diferentes aspectos relacionados con la investigación en comunicación han sido abundantes en los últimos años. Sus objetivos han sido, principalmente, la observación de sus patrones de autoría (Escribà & Cortiñas, 2013; Martínez-Nicolás & Carrasco-Campos, 2018; Segado-Boj, Prieto-Gutiérrez & Díaz-Campos, 2021), sus objetos de estudio y técnicas de investigación (Martínez-Nicolás & Saperas, 2011 y 2016; Vicente-Mariño & López-Rabadán, 2011; Martínez-Nicolás, Saperas & Carrasco-Campos, 2017 y 2019), la producción de tesis doctorales (Barranquero-Carretero & Simón-Serrano, 2017), la presencia de investigadores españoles en las bases de datos y de citas internacionales (De-Filippo, 2013), la evolución de las comunicaciones presentadas en congresos científicos, el progreso de los grupos de investigación (Caffarel-Serra, Ortega-Mohedano & Gaitán-Moya, 2018), o la concesión de proyectos de I+D (Caffarel-Serra, Ortega-Mohedano & Gaitán-Moya, 2017). Sin embargo, el estudio de los marcos teóricos a partir de evidencias y datos es un elemento novedoso en la investigación española con escasos precedentes (Saperas & Carrasco-Campos, 2015; Carrasco-Campos, 2019; Piñeiro-Naval & Morais, 2019).

El análisis de este artículo procura, precisamente, ofrecer evidencias empíricas sobre el estado de la teoría en la investigación sobre comunicación, mediante la observación sistemática de las investigaciones publicadas por las revistas académicas españolas en el

campo, profundizando en la presencia y usos de las teorías y marcos teóricos durante la última década (2011-2020). Para ello, se ha diseñado un protocolo de codificación y ha sido aplicado a una muestra estadísticamente representativa de los artículos publicados en ese periodo de análisis por las cinco revistas españolas en comunicación con mayor impacto y continuidad en el *ranking* SJR: *Profesional de la Información*, *Comunicar*, *Communication & Society*, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* y *Revista Latina de Comunicación Social*. Más concretamente, los objetivos de este trabajo son:

- O1. Observar el uso que se otorga a los marcos teóricos y orientaciones metodológicas en los artículos de investigación de las revistas estudiadas.
- O2. Analizar la presencia de teorías y conceptos estándar reconocibles en los marcos teóricos de las investigaciones.
- O3. Comparar los resultados de acuerdo con las metodologías y áreas objeto de estudio de los artículos analizados.

3. Metodología

Para observar la producción científica publicada en las revistas de referencia para el campo de la comunicación durante la década 2011-2020, se ha optado en primer lugar por delimitar las revistas cuyos artículos se analizarían. Para ello, se decidió acudir al índice Scopus-SJR, el índice de referencia internacional con más presencia de revistas españolas en comunicación, y se seleccionaron las revistas con más impacto y continuidad en dicho *ranking* durante la década analizada. Estas revistas fueron:

- *Profesional de la Información* (en SJR-Scopus desde 2006 y, desde entonces, siempre entre las cinco primeras posiciones del *ranking*. Ubicada en Q1 en 2020).
- *Comunicar* (en SJR-Scopus desde 2007 y, desde entonces, siempre entre las cinco primeras posiciones del *ranking*. Ubicada en Q1 en 2020).
- *Communication & Society* (en SJR-Scopus desde 2010 y, desde entonces, siempre entre las cinco primeras posiciones del *ranking*. Ubicada en Q2 en 2020).
- *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (en SJR-Scopus desde 2010 y, desde entonces, siempre entre las cinco primeras posiciones del *ranking*, salvo en el año 2019 –posición 7, Q3– y 2020 –posición 6, Q3–).
- *Revista Latina de Comunicación Social* (en SJR-Scopus desde 2011 y desde entonces, salvo ese primer año, siempre entre las cinco primeras posiciones del *ranking*. Ubicada en Q2 en 2020).

La segunda decisión para el diseño de la muestra fue la de excluir los artículos publicados en las secciones o números temáticos de las revistas durante el periodo de análisis, considerando el resto de los artículos originales con independencia del número de autores firmantes o su adscripción institucional. Finalmente, el universo quedó compuesto por 2232 artículos, siendo el artículo la unidad de análisis observada (Tabla 1). Para la selección de una muestra estadísticamente representativa que, además, asegurara la proporcionalidad de cada una de las revistas en cada uno de los años analizados se ha seguido un muestreo sistemático que permitiera generar un “volumen construido” (esto es, la selección proporcional de cada volumen –de cada año– en cada una de las revistas) mediante el siguiente procedimiento:

- Se estimó inicialmente una muestra de 390 artículos, con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 4,5 %.
- Con ese tamaño estimado inicial, para cada revista y volumen se calculó un coeficiente de elevación (generalmente entre 5 y 7, dependiendo del número de artículos publicados en cada volumen y revista).
- Para la selección de los artículos para cada volumen y revista se tomó el artículo que aparecía publicado en la posición de la última cifra del año correspondiente (de 2011, el primer artículo; de 2012, el segundo; de 2013, el tercero... y así sucesivamente) y se escogió ese artículo y los sucesivos, dejando el intervalo correspondiente al

coeficiente de elevación previamente calculado, hasta completar el total de la muestra.

- De acuerdo con este criterio sistemático, la muestra final resultante fue de 381 artículos (17,1 % del universo), con la distribución por revista y año que muestra la Tabla 1, lo cual supone un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 4,58 %.

Para el análisis se ha aplicado un protocolo de codificación, testado en investigaciones previas, a partir de 13 variables y 74 categorías que conforman la ficha de codificación aplicada a los 381 artículos que componen la muestra. Estas variables se distribuyen del siguiente modo:

- *Variables de identificación*: tres variables para la identificación de la revista a la que pertenece el artículo analizado, la identificación de la unidad de análisis, y el año de publicación.
- *Variables de autoría*: identificación del número total de autores del artículo y del sexo de cada uno de ellos. Se observó con una variable específica el tipo de colaboración entre los autores firmantes y la universidad a la que están adscritos.
- *Variables de identificación del objeto de estudio*: en dos variables diferentes se identificaron, por una parte, áreas objeto de estudio en comunicación y otras áreas afines con presencia en las revistas especializadas seleccionadas (documentación, educación, sociología, filosofía, lingüística, ciencias de la computación, etc.), y en otra variable diferenciada, el objeto de estudio específico referido mediante 22 categorías.
- *Variables para la observación de la metodología*: en una primera variable se identificó el tipo de investigación (teórico-metodológica, documental, cuantitativa, cualitativa y mixta), mientras que en dos variables adicionales se identificaba la técnica de investigación principal y la secundaria, si la hubiera, mediante 15 categorías.
- *Variables para la observación de las teorías y marcos teóricos*: los diferentes tipos de marco teórico se clasificaron de acuerdo a la orientación y función que cumplen en el conjunto del artículo, ya sea i) exclusivamente como una introducción al problema de investigación (en aquellos casos en los que no hay marco teórico o, a lo sumo, se resuelve de manera exclusiva como presentación y contextualización del problema de investigación); ii) solo mediante una revisión de literatura y estado de la cuestión (esto es, los casos de marcos teóricos basados en la revisión y comentario de investigaciones previas relativas al problema de investigación, sin ordenar o sistematizar estas investigaciones previas conforme a planteamientos teóricos o conceptuales concretos); iii) si se plantea una revisión de teorías y conceptos diversos sobre el objeto de estudio (es decir, se analizan las aportaciones de diversas teorías o conceptos al problema de investigación del artículo); o iv) si se desarrolla una descripción o discusión teórica detallada, mediante la adscripción o fundamentación del estudio a partir de teorías y conceptos concretos y reconocibles por la comunidad académica (en este caso, se incluyen aquellos marcos teóricos para los que la investigación se identifica con una tradición teórico-conceptual concreta, y se elabora el marco teórico conforme a esa delimitación teórico-conceptual).

El corpus muestral fue sometido al análisis por dos codificadores entrenados, realizando una prueba de fiabilidad entre codificadores, mediante el coeficiente de alfa de Krippendorff, en un 10 % aleatorio de la muestra (n=38 artículos). El resultado promedio para las variables analíticas de este estudio es $\alpha > .900$, considerado como óptimo para la fiabilidad del instrumento (Krippendorff, 2004). Más concretamente: para la variable “área objeto de estudio”, $\alpha > .941$; para “tipo de investigación”, $\alpha > .935$; para “tipo de marco teórico”, $\alpha > .927$; y para “presencia de teoría estándar: $\alpha > .902$.

Tabla 1: Diseño y composición de la muestra.

	<i>Profesional de la Información</i> (total=615; muestra=107)	<i>Comunicar</i> (total=200; muestra=30)	<i>Communication & Society</i> (total=373; muestra=64)	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> (total=538; muestra=93)	<i>Revista Latina de Comunicación Social</i> (total=506; muestra=87)
UNIVERSO (MUESTRA; COEFICIENTE DE ELEVACIÓN)					
2011	33 (6; 6)	20 (3; 7)	26 (5; 5)	20 (3; 7)	23 (5; 6)
2012	40 (7; 6)	20 (3; 7)	30 (5; 6)	29 (5; 6)	22 (4; 6)
2013	32 (6; 5)	20 (3; 7)	41 (7; 6)	26 (5; 5)	32 (6; 5)
2014	47(8; 6)	20 (3; 7)	39 (7; 6)	44 (8; 6)	33 (6; 6)
2015	52 (9; 6)	20 (3; 7)	34 (5; 6)	49 (8; 6)	50 (9; 6)
2016	59 (10; 6)	20 (3; 7)	38 (7; 6)	46 (8; 6)	70 (11; 6)
2017	79 (14; 6)	20 (3; 7)	38 (6; 6)	48 (8; 6)	81 (14; 6)
2018	88 (15; 6)	20 (3; 7)	38 (7; 6)	83 (14; 6)	59 (10; 6)
2019	87 (15; 6)	20 (3; 7)	42 (7; 6)	97 (17; 6)	64 (15; 6)
2020	98 (17; 6)	20 (3; 7)	47 (8; 6)	96 (17; 6)	72 (12; 6)

Fuente: elaboración propia.

3. Resultados

Una primera información descriptiva de los artículos analizados (Tabla 2) pone de manifiesto que durante la década sometida a análisis se mantienen dos de las tendencias generales que otras investigaciones previas han detectado (Martínez-Nicolás, Saperas y Carrasco-Campos, 2017 y 2019; Piñeiro-Naval y Morais, 2019): la preeminencia del periodismo (33,1 %) como principal área objeto de estudio, y de la investigación cuantitativa (33,9 %) como enfoque metodológico. Como otras áreas objeto de estudio destacadas se han identificado la comunicación digital (21,5 % que agrupa principalmente estudios sobre redes sociales, contenidos web y dispositivos portátiles, cuyo despegue acontecería en la década analizada), y la comunicación audiovisual (19,2 %). Otras áreas objeto de estudio propias del campo de la comunicación han sido también identificadas, aunque con una presencia significativamente menor: relaciones públicas (5,5 %), la investigación sobre aspectos genéricos o transversales de la comunicación (4,2 %) y publicidad (3,7 %).

Tabla 2: Tipo de investigación, área objeto de estudio y tipo de marco teórico.

ÁREA OBJETO DE ESTUDIO	Periodismo		33,1%
	Comunicación digital		21,5%
	Comunicación audiovisual		19,2%
	RR.PP.		5,5%
	Comunicación - aspectos transversales		4,2%
	Publicidad		3,7%
	Otros		12,9%
	TIPO DE INVESTIGACIÓN	Técnicas cuantitativas	
Técnicas cualitativas			18,6%
Técnicas cuantitativas y cualitativas			18,9%
Documental			8,4%
Teórico-conceptual			7,9%
TIPO DE MARCO TEÓRICO	Sólo revisión de literatura y/o estado de la cuestión		41,7%
	Revisión de teorías y literatura en torno al objeto de estudio		31,2%
	Fundamentación teórica mediante teorías y conceptos reconocibles		21,3%
	Solo introducción		5,8%
PRESENCIA DE TEORÍAS ESTÁNDAR	No		59,10%
	Sí		40,90%

Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, resulta significativa la presencia de “otras áreas objeto de estudio” próximas a la comunicación (12,9 %), especialmente con artículos en dos áreas objeto de estudio: documentación (25 artículos, 6,6 % del total analizado) y educación (11 artículos; 2,9 % del total). Aunque este dato puede ser interpretado por la ya aludida interdisciplinariedad de la comunicación, la preeminencia de estas dos áreas frente a otras, también afines, como la sociología, la filosofía o la lingüística, se relaciona con la naturaleza de dos de las revistas de impacto que forman parte del estudio: *Profesional de la Información y Comunicar*. Siendo ambas las primeras revistas en incorporarse a la categoría de comunicación de SJR, son también revistas incluidas en otras áreas y categorías. *Profesional de la Información* está indexada, desde 2007, no solo en comunicación sino también en las categorías de estudios culturales (*Cultural Studies*, en Q1 desde 2008), información y documentación (*Library and Information Sciences*, alternando Q1 y Q2 desde 2013), y en sistemas de información, en este caso del área de ciencias de la computación (*Computer Sciences – Information Systems*, en Q2 desde 2014, alcanzando Q1 en 2020). Por su parte, *Comunicar* está igualmente indexada, desde 2009, en la categoría de estudios culturales (*Cultural Studies*; en Q1 desde 2012), y también en educación (*Education*; en Q1 desde 2014). La influencia de la multidisciplinariedad de estas dos cabeceras queda reflejada en los resultados del análisis para la categoría “otros”, puesto que prácticamente la totalidad de los artículos identificados (24 de los 25) para el área objeto de estudio de documentación fueron publicados en *Profesional de la Información*, mientras que los 11 artículos de educación habrían sido publicados casi en su totalidad por *Comunicar* (6 artículos) y la ya mencionada *Profesional de la Información* (4 artículos). En cualquier caso, a partir de los resultados alcanzados es posible sostener que ambas deben considerarse revistas principalmente de comunicación: durante la década analizada casi tres de cada cuatro de los artículos (72,9 %) en *Profesional de la Información* se identifican dentro de áreas objeto de estudio de comunicación, encontrando datos similares para la revista *Comunicar* (76,7 %). Para el resto de la muestra, con revistas indexadas solo en la categoría de comunicación (*Communication*) de SJR, los datos son significativamente más elevados para todas las revistas: 96,7 % en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 93,2 % en *Revista Latina de Comunicación Social*, y la totalidad de la muestra analizada en *Communication & Society*.

Por lo que respecta a los marcos teóricos, prácticamente la totalidad de los artículos sometidos a análisis (94,2 %) cuentan con un marco teórico identificable, siendo minoritarios los casos en los que solo se realiza una introducción, a modo de presentación del problema de investigación del artículo. Este hecho da cuenta de la centralidad de los marcos teóricos dado que, en efecto, se trata de un elemento fundamental en los artículos analizados. Sin embargo, se constata la presencia de diferentes tipos de marcos teóricos. Aquellos con mayor presencia (41,7 %) son los que se realizan exclusivamente mediante revisión de literatura para elaborar un estado de la cuestión, pero orientado hacia la contextualización teórica del problema de investigación. Con una presencia ligeramente menor (31,2 %) encontramos aquellos desarrollados mediante revisión de teorías en torno al objeto de estudio. Este tipo de marcos teóricos proceden también mediante una revisión de literatura, aunque, a diferencia de la anterior tipología, sí se identifican teorías y conceptos precisos. Sin embargo, en estos casos la elaboración teórica no se realiza mediante la fundamentación respecto a una teoría o conceptos reconocibles, pues este tipo de marcos teóricos se han identificado solo en un 21,3 % de los artículos observados. Por último, destaca que la presencia de teorías estándar es minoritaria (40,9 %), siendo más de la mitad de los casos en los que no encontramos mención específica a teorías de la comunicación específicas.

La comparación de tipos de marco teórico entre las principales áreas objeto de estudio identificadas arroja diferencias significativas (tabla 3), lo cual sugiere que se trata de áreas con diferentes recursos de desarrollo teórico. Para periodismo (30,2 %) y para la investigación sobre aspectos transversales de la comunicación (31,2 %), se observa, en comparación al resto de áreas, una presencia de marcos teóricos que incorporan la fundamentación mediante

teorías reconocibles mayor que en ninguna de las otras áreas. En el caso del periodismo este dato se explica al comprender que ha sido el campo dominante en la investigación española, especialmente en sus primeras fases de desarrollo (Martínez-Nicolás, Saperas & Carrasco-Campos, 2017), mientras que el dato para la investigación sobre aspectos generales puede justificarse considerando la necesidad de un mayor anclaje teórico para desarrollar investigaciones que, precisamente, se focalicen en objetos de estudio transversales que, para su explicación, recurran a teorías y conceptos ya consolidados. En la investigación sobre comunicación digital, con un despliegue muy reciente en la comunidad científica, se acentúa la elaboración de marcos teóricos mediante la revisión de teorías y literatura (45,1 %), dato que manifiesta que se trata de un área en la se han incorporado rápidamente a los estándares conceptuales de la comunidad científica. Por su parte, las investigaciones analizadas en relaciones públicas y en publicidad destacan por presentar, ambas, las áreas objeto de estudio con una mayor proporción de marcos teóricos basados en estado de la cuestión (60 % y 64,3 %, respectivamente), de modo que para la muestra seleccionada se trataría de áreas orientadas, a nivel teórico, principalmente hacia sus objetos de estudio. Por último, la investigación sobre comunicación audiovisual presenta datos proporcionados, en términos comparativos, mediante la presencia de los diferentes tipos de marcos teóricos, aunque destaca por tratarse del área objeto de estudio en la que se ha identificado la mayor proporción de casos en los que el marco teórico se resuelve a través de una introducción (13,7 %).

Tabla 3: Tipo de marco teórico por área objeto de estudio.

	Periodismo (n=126)	Comunicación digital (n=82)	Comunicación audiovisual (n=73)	Relaciones públicas (n=21)	Comunicación - aspectos transversales n=16	Publicidad (n=14)	TOTAL (N=381)
Sólo revisión de literatura y/o estado de la cuestión	35,7%	38,8%	38,4%	60,0%	37,5%	64,3%	41,7%
Revisión de teorías y literatura en torno al objeto de estudio	30,2%	45,1%	31,5%	23,8%	31,2%	7,1%	31,2%
Fundamentación teórica mediante teorías y conceptos reconocibles	30,2%	13,4%	16,4%	19,0%	31,2%	21,4%	21,3%
Sólo introducción	4,0%	3,7%	13,7%	0%	0%	7,1%	5,8%

$\chi^2=37,982$; $gl=18$; $p=,003$ (significación de Monte Carlo). Fuente: elaboración propia.

Tal y como se constataba al comienzo (Tabla 2), la presencia de teorías estándar en la muestra analizada es solo del 40,8 %. Sin embargo, en aquellos artículos que sí incorporan teorías estándar (tabla 4), se observan también diferencias significativas según las áreas objeto de estudio. Comunicación digital (51,8 %) y periodismo (46,4 %) son, en términos comparativos, las dos áreas con mayor presencia de teorías estándar en sus marcos teóricos, ya sea mediante revisión de literatura o fundamentación mediante teorías y conceptos específicos. En comunicación audiovisual (34,9 %) y relaciones públicas (25 %) se ha identificado la presencia de teorías estándar, aunque en menor proporción que en las dos anteriores. Destaca el caso de la investigación en documentación, en la que todos los marcos teóricos identificados no incorporan teorías estándar del campo de la comunicación.

Tabla 4: Presencia de teorías estándar por área objeto de estudio.

	Periodismo (n=126)	Comunicación digital (n=82)	Comunicación audiovisual (n=73)	Relaciones públicas (n=21)	Comunicación - aspectos transversales n=16	Publicidad (n=14)	TOTAL (N=381)
No	53,2%	47,6%	65,8%	71,4%	56,2%	50,0%	59,1%
Si	46,8%	52,4%	34,2%	28,6%	43,8%	50,0%	40,9%

$\chi^2=19,823$; $gl=6$ $p=,003$. Fuente: elaboración propia.

Estas observaciones deben ser consideradas teniendo en cuenta las propias teorías estándar que han sido identificadas durante el análisis (Tabla 5). Así, aunque para el conjunto de la muestra se observa una gran diversidad de teorías, destaca la presencia de algunas de las que han sido dominantes en la investigación internacional en las últimas décadas: la teoría del *framing* (12,1 %) y de la *agenda setting* (9,2 %). Se trata de teorías que han contribuido especialmente a la investigación sobre periodismo, área objeto de estudio a la que debemos también vincular las teorías sociológicas del periodismo y de *newsmaking* (4,3 %) y las teorías sobre roles y culturas profesionales del periodismo (3,5 %), pues todas ellas hacen de esta área la de mayor estandarización teórico-metodológica de la investigación publicada en revistas españolas. Estas observaciones permiten identificar al periodismo como área de mayor estandarización teórica de la investigación en comunicación publicada en las principales revistas de referencia españolas. El caso de comunicación digital, la otra área con mayor presencia de teorías estándar, no presenta este mismo proceso sino que, al contrario, manifiesta una importante diversificación en sus teorías, lo cual sugiere que se trata de marcos conceptuales en formación. Así, para el conjunto que ha sido denominado como “teorías sobre internet y redes sociales” (24,1 %), se diferencian dos tipos de teorías: en primer lugar, un bloque de teorías desarrolladas en las últimas dos décadas, aunque ampliamente consolidadas en la literatura científica, para explicar los procesos de transformación tecnológica y globalización, tales como la noción de sociedad red (Castells, 2005), los predictores psicológicos en el uso de tecnologías de comunicación, y la integración en la vida cotidiana y el consumo de internet, redes sociales y dispositivos móviles (Livingstone, 2008; Livingstone & Helsper, 2008, entre otros); y en segundo término una agrupación de teorías emergentes que refieren a los fenómenos de la democracia digital y los espacios de participación ciudadana (Longo, 2011), las nuevas formas de consumo y prosumo a través de medios digitales (Scolari, 2009; Fuente-Cobo, 2017; Guallar & Codina, 2018), e incluso al propio sistema de medios digitales como objeto de estudio (Kim, Russo & Amnå, 2017). Se puede concluir, de este modo, que la comunicación digital es el área no solo de mayor crecimiento sino también de mayor dinamismo teórico en la muestra de artículos analizados. Por su parte, para el caso de la investigación sobre comunicación audiovisual se observa cierta dispersión teórica, aunque la presencia de teorías estándar se encuentra presente en los estudios sobre recepción y la investigación sobre audiencias (5,7 %). Otras teorías con presencia en los artículos y periodo analizado que habitualmente se asocian a la comunicación serían la teoría normativa de los medios de comunicación (5,7 %), la teoría crítica y economía política de la comunicación (5 %), y la investigación sobre sistemas mediáticos comparados (2,8 %). Sin embargo, destaca también la presencia de algunas teorías en otras áreas que, sin ser estrictamente de comunicación, se presentan como solidarias en sus desarrollos teóricos más clásicos (como la filosofía de la comunicación o la semiótica), o contemporáneas (como, por ejemplo, los estudios de género).

Tabla 5: Teorías estándar con mayor presencia (2011-2020) (%).

Teorías sobre internet y redes sociales	24,1%
Framing	12,1%
Agenda setting	9,2%
Teoría normativa de los medios de comunicación	5,7%
Teorías de la recepción	5,7%
Estudios de género	5,7%
Filosofía de la comunicación	5,0%
Teoría crítica de la comunicación, economía política de la comunicación	5,0%
Sociología del periodismo y <i>newsmaking</i>	4,3%
Semiótica	4,3%
Roles y culturas profesionales del periodismo	3,5%
Sistemas mediáticos comparados	2,8%
Estudios culturales	2,1%
Teoría de la mediación social	2,1%
Deliberación online	2,1%
Teorías de las relaciones públicas	2,1%
Teoría fundamentada	1,4%
Infoentretenimiento	1,4%
Análisis crítico del discurso	1,4%
Big Data	1,4%
Posverdad	1,4%
Gatekeeper	0,7%
Interaccionismo y teoría de la acción social	0,7%
Otras	18,4%

Porcentaje calculado sobre n=141 artículos que sí presentan algún tipo de teoría estándar. Fuente: elaboración propia.

5. Conclusiones

Este estudio se ha propuesto el análisis de una muestra estadísticamente representativa de los artículos científicos publicados por cinco de las principales revistas españolas de referencia en comunicación, con el propósito de describir las teorías y tipos de marco teóricos dominantes durante la última década (2011-2020). Los resultados alcanzados permiten evidenciar la centralidad de los marcos teóricos, al observar que siguen jugando un papel destacado para el avance de la disciplina. Sin embargo, se ha detectado cierta dispersión en su forma y funcionalidad, con diferencias significativas para las principales áreas objeto de estudio analizadas. Son dos las que destacan por encima del resto, las cuales son a su vez las que mayor presencia tienen en este periodo: el periodismo y la comunicación digital. En ambos casos los marcos teóricos presentaban un uso de teorías estándar en cifras aproximadas al 50 % de los artículos, aunque las diferencias en los procesos de operativización y desarrollo teórico son dignas de mención.

La investigación sobre periodismo es una de las que evidencia una mayor presencia de marcos teóricos fundamentados en teorías específicas, y dichos marcos teóricos se identifican con teorías estándar clásicas como *agenda-setting*, *framing*, *newsmaking*, y culturas y roles profesionales del periodismo. Se trata, por tanto, de un área que no solo mantiene la preeminencia en la investigación comunicativa publicada las revistas españolas respecto a décadas anteriores, sino que, además, se afianza como aquella en la que mayor estandarización teórica podemos identificar. Por su parte, la investigación sobre comunicación digital, con un creciente interés en la comunidad de investigadores fruto de los cambios sociales y tecnológicos más recientes, presenta muestras de ser el área con mayor dinamismo teórico en el periodo analizado. Los marcos teóricos de los artículos centrados en esta área objeto de estudio, y a diferencia de lo que sucede en la investigación sobre periodismo, hacen alusión explícita a teorías estándar en la mitad de los casos observados, y en ellos estas teorías aparecen principalmente como parte de la revisión de literatura y estados de la cuestión (45,1 %), siendo solo de manera muy minoritaria como ejercicio de fundamentación teórica (13,4 %). Esta combinación de factores, así como la diversidad teórica observada, permite comprender que se trata de un área en proceso de maduración. Para el caso de la investigación sobre comunicación audiovisual, la tercera área objeto de estudio con

mayor presencia observada, sus marcos teóricos son principalmente desarrollados mediante revisión de literatura o revisión de teorías, con una presencia de teorías estándar mucho más reducida que en las anteriores áreas (34,2 %), que se concentra especialmente en los estudios sobre recepción, y con los datos, en términos comparativos, más elevados respecto a marcos teóricos en forma de solamente de introducciones o presentaciones (13,7 %). Los estudios sobre relaciones públicas presentan particularidades propias, como una presencia muy minoritaria de teorías estándar y la orientación de sus marcos teóricos principalmente hacia la revisión de literatura y el estado de la cuestión de sus problemas de investigación. Esta misma presencia significativa de marcos teóricos mediante estados de la cuestión se identifica también en los artículos sobre publicidad, aunque como particularidad propia de esta área se observa una mucho mayor presencia, en términos comparativos, de teorías estándar.

En definitiva, durante la década (2011-2020) sometida a análisis en este artículo, los resultados presentan evidencias sobre algunos rasgos fundamentales de la investigación publicada en las principales revistas españolas de referencia en el campo de la comunicación. En primer término, refieren a una investigación relativamente unificada respecto a tres grandes áreas objeto de estudio que aglutinan los intereses de investigación: periodismo (33,1 %), comunicación digital (21,5 %) y comunicación audiovisual (19,2 %). Al margen de estas tres grandes áreas, existe una fuerte dispersión que incluye, entre otras, relaciones públicas (5,5 %), publicidad (3,7 %), la investigación sobre aspectos transversales de la comunicación (4,2 %), e incluso otras áreas relacionadas con la comunicación con presencia en el análisis, como documentación (6,6 %) y educación (2,9 %), por lo que debe ser puesto en valor el que las tres áreas dominantes ya mencionadas refieren a cuestiones propias del canon de la comunicación. En segundo término, a pesar de que los datos constataban la centralidad del marco teórico en los *papers* de investigación, por cuanto su presencia en la práctica totalidad de los casos analizados hacen que deba ser considerado un momento ineludible en la elaboración del artículo científico, su tipología y función se orientan principalmente hacia la revisión de literatura, ya sea mediante elaboraciones exclusivas de un estado de la cuestión (en el 41,7 % de los casos analizados), o mediante revisión teorías en torno a un objeto de estudio (31,2 %). La fundamentación teórica mediante la adscripción a teorías reconocibles es minoritaria (21,3 %) y, comparativamente hablando, solo es un recurso especialmente destacado para el caso de la investigación en periodismo y para aquellos artículos que analizan aspectos transversales de la comunicación. Y por último, como complemento de la anterior afirmación, en los casos en los que sí aparecen teorías estándar, encontramos una fuerte dispersión en la que podemos establecer tres núcleos básicos: teorías específicas de la comunicación, referidas generalmente a la investigación sobre periodismo (siendo las teorías del *framing* y de la *agenda setting* las que tienen mayor presencia); teorías sobre internet y redes sociales, y enfoques teóricos que, sin ser exclusivos del campo de la comunicación, han tenido y tienen una fuerte proximidad con este campo (filosofía, sociología, estudios de género, estudios culturales, semiótica, principalmente). En resumen, la investigación reciente publicada en las principales revistas españolas sobre comunicación, de acuerdo con el *ranking* SJR, ofrece síntomas de una notable cohesión respecto a sus objetos de estudio, específicos del campo en su amplia mayoría, pero también presenta una fuerte dispersión teórica en la que los marcos teóricos se elaboran principalmente mediante revisión de literatura y sin adscripción a teorías concretas. De algún modo, y a pesar del dinamismo teórico de la investigación en comunicación digital o la clara delimitación teórico-conceptual del estudio sobre periodismo (área para la que sí es posible apuntar a un canon de proyección internacional basado en investigación sobre *agenda setting*, *framing*, *newsmaking*, sistema de medios comparados y roles profesionales), esta cohesión del campo respecto a las áreas objeto de estudio no se estaría produciendo respecto a las teorías y los procesos de discusión conceptual, lo cual reafirma y pone en evidencia empírica el estatus multiparadigmático de la comunicación al que hace referencia la investigación internacional desde los años noventa hasta la actualidad.

Referencias

- Barranquero-Carretero, A. & Limón-Serrano, N. (2017). Objetos y métodos dominantes en comunicación para el desarrollo y el cambio social en las tesis y proyectos de investigación en España (2007-2013). *Revista latina de comunicación social*, 72, 1-25.
<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2017-1151>
- Bryant, J. & Miron, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of Communication*, 54(4), 662-704. <https://www.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02650.x>
- Caffarel-Serra, C., Ortega-Mohedano, F. & Gaitán-Moya, J. A. (2017). Investigación en Comunicación en la universidad española en el período 2007-2014. *El profesional de la información*, 26(2), 218-227. <https://www.doi.org/10.3145/epi.2017.mar.08>
- Caffarel-Serra, C., Ortega-Mohedano, F. & Gaitán-Moya, J. A. (2018). La investigación en comunicación en España: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. *Comunicar*, 26(56), 61-70. <https://www.doi.org/10.3916/C56-2018-06>
- Calhoun, C. (2011). Communication as social science (and more). *International Journal of Communication*, 5, 1479-1496. Retrieved from
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/1331/622>
- Carrasco-Campos, Á. (2019). Consideraciones epistemológicas sobre los usos de la teoría en la investigación comunicativa actual. In F. Sierra & J. Alberich (Eds.), *Epistemología de la comunicación y cultura digital: retos emergentes* (pp. 231-242). Granada: UGR. Retrieved from
<https://editorial.ugr.es/pages/publicacionesenabierto/epistemologiadelacomunicacionelectronico/>
- Castells, M. (2005). *La era de la información (vol. 1): economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford: Oxford University Press.
- Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. *Communication theory*, 9(2), 119-161.
<https://www.doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x>
- De-Filippo, D. (2013). La producción científica española en comunicación en WOS. Las revistas indexadas en SSCI (2007-12). *Comunicar*, 21(41), 25-34. <http://www.doi.org/10.3916/C41-2013-02>
- De-Moragas, M. (1981). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Deuze, M. (2021). On the 'grand narrative' of media and mass communication theory and research: a review. *Profesional de la Información*, 30(1).
<https://www.doi.org/10.3145/epi.2021.ene.05>
- Donsbach, W. (2006). The identity of communication research. *Journal of communication*, 56(3), 437-448. <https://www.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00294.x>
- Escribá, E. & Cortiñas, S. (2013). La internacionalización y las coautorías en las principales revistas científicas de comunicación en España. *Comunicar*, 21(41), 35-44.
<https://www.doi.org/10.3916/C41-2013-03>
- Fernández-Quijada, D. & Masip, P. (2013). Tres décadas de investigación española en comunicación: hacia la mayoría de edad. *Comunicar*, 21(41), 15-24.
<http://www.doi.org/10.3916/C41-2013-01>
- Fuchs, C. & Qiu, J. L. (Eds.) (2018). Ferments in the Field: Introductory Reflections on the Past, Present and Future of Communication Studies. *Journal of Communication*, 68(2).
<https://www.doi.org/10.1093/joc/jqy008>
- Fuente-Cobo, C. (2017). Públicos vulnerables y empoderamiento digital: el reto de una sociedad e-inclusiva. *El profesional de la información*, 26(1), 5-12.
<https://www.doi.org/10.3145/epi.2017.ene.01>
- Gerbner, G. & Siefert, M. (Eds.) (1983). Ferment in the Field: Communication Scholars Address Critical Issues and Research Tasks of the Discipline. *Journal of Communication*, 33(3).
<https://www.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1983.tb02400.x>

- Gitlin, T. (1978) Media Sociology: The Dominant Paradigm. *Theory and Society*, 6, 205-253. <https://www.doi.org/10.1007/BF01681751>
- Golding, P. & Murdock, G. (1978). Theories of Communication and Theories of Society. *Communication Research*, 5(3), 339-356. <https://www.doi.org/10.1177/009365027800500308>
- Guallar, J. & Codina, L. (2018). Journalistic content curation and news librarianship: differential characteristics and necessary convergence. *Profesional de la información*, 27(4), 778-790. <https://www.doi.org/10.3145/epi.2018.jul.07>
- Hanitzsch, T. (2015). Celebrating 25 Years of Communication Theory: Growing Diversity under Heavy Strain. *Communication Theory*, 25(4), 349-355. <https://www.doi.org/10.1111/comt.12079>
- Hartley, J. (2012). *Digital futures for cultural and media studies*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Kim, Y., Russo, S. & Amna, E. (2016). The longitudinal relation between online and offline political participation among youth at two different developmental stages. *New Media & Society*, 19(6), 899-917. <https://www.doi.org/10.1177/14614448156241>
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Levy, M. R. & Gurevitch, M. (Eds.) (1993). The Disciplinary Status of Communication Research. *Journal of Communication*, 43(3). <https://www.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01270.x>
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10(3), 393-411. <https://www.doi.org/10.1177/1461444808089415>
- Livingstone, S. & Helsper, E. J. (2008). Parental mediation and children's Internet use. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 52(4), 581-599. <https://www.doi.org/10.1080/08838150802437396>
- Longo, J. (2011). #OpenData: Digital-Era Governance Thoroughbred or New Public Management Trojan Horse? *Public Policy & Governance Review*, 2(2), 38-51. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=1856120>
- Martínez-Nicolás, M. (2009). La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales. *Revista latina de comunicación social*, 12(64), 1-14. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-800%E2%80%8B-01-14>
- 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). Conference presentation at the IV Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación AE-IC. NBilbao (Spain), January.
- Martínez-Nicolás, M. & Carrasco-Campos; Á. (2018). The transformation of a scientific community. The evolution of authorship patterns in the Spanish communication research published by peer-reviewed journals (1990-2014). *Revista latina de comunicación social*, 73, 1368-1383. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2018-1311en>
- Martínez-Nicolás, M. & 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. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-926-101-129>
- Martínez-Nicolás, M. & Saperas, E. (2016). 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. *Revista latina de comunicación social*, 71, 1365-1384. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2016-1150>
- Martínez-Nicolás, M., Saperas, E. & Carrasco-Campos, Á. (2017). La investigación sobre periodismo en España. Análisis de los trabajos publicados en revistas científicas españolas en los últimos 25 años (1990-2014). *Communication & society*, 30(4), 149-166. <https://www.doi.org/10.15581/003.30.3.149-166>
- Martínez-Nicolás, M., Saperas, E. & Carrasco-Campos, Á. (2018). La investigación sobre comunicación en España en los últimos 25 años (1990-2014). Objetos de estudio y métodos

- aplicados en los trabajos publicados en revistas españolas especializadas. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, 42, 37-69.
<https://www.doi.org/10.5944/empiria.42.2019.23250>
- Martínez-Nicolás, M., Saperas, E. & Humanes, M. L. (2018). Mudanzas en la cultura científica. El nuevo contexto de la práctica investigadora sobre comunicación y sus implicaciones epistemológicas. In F. Sierra & J. Alberich (Eds.), *Epistemología de la comunicación y cultura digital: retos emergentes* (pp. 23-42). Granada: UGR. Retrieved from <https://editorial.ugr.es/pages/publicacionesenabierto/epistemologiadelacomunicacionelectronico/>
- Masip, P. (2011). Efecto *Aneca*: producción española en comunicación en el *Social Sciences Citation Index*. *Anuario ThinkEPI*, 5, 206-210. Retrieved from <https://recyt.fecyt.es/index.php/ThinkEPI/article/view/30505>
- Moreno, Á., Carrasco-Campos, Á. & Saperas, E. (2014). Los efectos del proceso Bolonia en el currículum de Relaciones Públicas. Análisis del estado de la cuestión. *Sphera publica*, Special Number, 163-184. Retrieved from <http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/207>
- Neuman, W. R., Davidson, R., Joo, S. H., Park, Y. J. & Williams, A. E. (2008). The Seven Deadly Sins of Communication Research, *Journal of Communication*, 58(2), 220-237.
<https://www.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00382.x>
- Nordenstreng, K. (2017). Media and Communication as a Field of Research. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 12(1), 40-42. <https://www.doi.org/10.16997/wpcc.254>
- Piñeiro-Naval, V. & Morais, R. (2019). Estudio de la producción académica sobre comunicación en España e Hispanoamérica. *Comunicar*, 27(61), 113-123.
<https://www.doi.org/10.3916/C61-2019-10>
- Sánchez-Vigil, J. M., Marcos-Recio, J. C. & Oliveira, M. (2011). El efecto Bolonia en los estudios de Biblioteconomía y Documentación de la Facultad de Ciencias de la Documentación de la Universidad Complutense: Evolución y valoración. In *Una profesión, un futuro: Actas de las XII Jornadas Españolas de Documentación* (pp. 106-115). Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/83516673.pdf>
- Saperas, E. & Carrasco-Campos, Á. (2015). La operacionalización de la noción de *framing* en *Journal of Communication* (2009-2013): objetos de estudio, técnicas de investigación y construcción teórica. *Communication & society*, 28(4),
<https://www.doi.org/10.15581/003.28.4.sp.49-66>
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: Implicit consumers, Narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International journal of communication*, 3, 586-606. Retrieved from <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477>
- Segado-Boj, F., Prieto-Gutiérrez, J. J. & Díaz-Campo, J. (2021). Redes de coautorías de la investigación española y latinoamericana en comunicación (2000-2019): cohesión interna y aislamiento transcontinental. *Profesional de la Información*, 30(3).
<https://www.doi.org/10.3145/epi.2021.may.05>
- Soriano, J. (2008). El efecto ANECA. *Actas y memoria final. Congreso internacional fundacional AE-IC* (pp. 1-18). Retrieved from https://www.academia.edu/download/33719152/EFECTO_ANECA.pdf
- Vicente-Mariño, M. (2017). Presencia de la academia española en las asociaciones internacionales de investigación en comunicación. *Seminario Conmemorativo del X Aniversario de la AE-IC: Historia y prospectiva de la investigación sobre comunicación en España*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=wGJqb3aBsUs>
- Vicente Mariño, M. & López-Rabadán, P. (2011). Resultados actuales de la investigación sobre *framing*: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación*, 14(26), 13-34. <https://www.doi.org/10.1387/zer.2750>
- Waisbord, S. (2019). *Communication: A post-discipline*. Cambridge: Polity Press.