

---

# Índice

<b>Introducción. Reflexiones en torno a la naturaleza y a la calidad de la investigación en comunicación. Investigar en el contexto de la expansión del pensamiento neoliberal</b> .....	13
<i>Javier Marzal Felici, Aarón Rodríguez Serrano y Samuel Gil Soldevilla</i>	
1. La investigación en el contexto académico contemporáneo .....	13
2. ¿Cómo hemos llegado hasta aquí? La desafección entre las ciencias sociales y las humanidades .....	17
3. Estructura de la obra .....	24
4. Agradecimientos y créditos .....	26
<b>A modo de prólogo. La investigación en comunicación en España. Luces y sombras, críticas y esperanzas</b> .....	27
<i>Enrique Bustamante</i>	
1. Comunicación y cultura .....	28
2. Vicios endémicos, desviaciones neoliberales .....	29
3. Mantener, alimentar activamente la esperanza .....	30
<b>Sombras al final del túnel. La crisis del pensamiento en las ciencias de la comunicación</b> .....	33
<i>Josep Maria Català Domènech</i>	
1. Preliminares .....	33
2. ¿Existen las ciencias de la comunicación? .....	37
3. ¿Adiós a la universidad? .....	39
4. ¿Hasta dónde es real la realidad? .....	43
5. ¿Un giro ecológico de la comunicación? .....	45
6. ¿La ciencia piensa? .....	49
7. ¿Hasta dónde es fiable la conciencia del investigador? .....	50
8. ¿Es la interfaz un recurso para un nuevo humanismo? .....	51
9. ¿Conclusiones? .....	53
<b>La era del saber fungible</b> .....	55
<i>Santos Zunzunegui e Imanol Zumalde</i>	
1. Introducción .....	55
2. La tiranía del dato y el paradigma numérico .....	58
3. Narración y creencias: reivindicación de las ciencias humanas .....	60
4. El desafío de la interpretación frente al cambio de paradigma .....	63
5. Interpretaciones a la carta (el lector en su laberinto) .....	64
6. Los mandatos del texto y los límites de la interpretación .....	66
7. Modas epistemológicas y saber fungible .....	67

<b>Capitalismo cognitivo y comunicología. Crítica de la práctica teórica en España</b> .....	71
<i>Francisco Sierra Caballero</i>	
1. Introducción .....	71
2. Marco lógico: ‘in media res’ .....	73
3. Comunicología y colonización de la práctica teórica .....	78
4. Empirismo y acriticismo. Mapa del campo .....	85
5. Conclusiones .....	88
<b>El estatuto epistemológico de la comunicación. Consensos, disensos y retos para investigar la comunicación</b> .....	91
<i>Marta Rizo García</i>	
1. El estatuto epistemológico de la comunicación, un debate de naturaleza problemática .....	91
2. La comunicación como fenómeno, objeto y campo de estudios .....	94
3. La interdisciplina y la transdisciplina en las reflexiones sobre el campo de la comunicación como objeto de conocimiento .....	97
4. Las posibilidades de la comunicación como ciencia: revisión de algunos posicionamientos disciplinares .....	102
5. El debate sigue vigente: algunos cuestionamientos finales .....	106
<b>Los estudios de comunicación entre las humanidades y las ciencias sociales. Una aproximación desde el Ranking de Shangai</b> .....	109
<i>Javier Marzal Felici, Aarón Rodríguez Serrano y María Soler Campillo</i>	
1. Introducción .....	109
2. Propuesta de trabajo, metodología y objetivos de investigación .....	112
3. Resultados .....	116
4. Conclusiones y futuros objetivos de la investigación .....	120
<b>El capitalismo académico y sus tendencias discursivas. Análisis de las condiciones exógenas y endógenas de la investigación en comunicación en España</b> .....	121
<i>Leonarda García Jiménez y Virginia Villaplana-Ruiz</i>	
1. Introducción .....	121
2. La comunicación y su lugar en las ciencias sociales y las humanidades .....	122
3. Hegemonía científica y capitalismo académico .....	125
4. Tendencias de la cultura científica en comunicación .....	127
5. Historia de los estudios de comunicación en España .....	129
6. Tendencias epistemológicas y discursivas de la investigación en España ...	135
7. Conclusiones .....	142

<b>Modelos no convergentes. La investigación en comunicación en el Reino Unido, Francia, Italia y España</b> .....	145
<i>Bernardo Díaz Nosty, Ana Jorge Alonso, Ruth de Frutos García y Ramón Martínez García</i>	
1. Introducción .....	145
2. La evaluación en Francia .....	147
3. La evaluación de la investigación en comunicación en Italia .....	152
4. La investigación en comunicación en el Reino Unido .....	157
5. Reflexiones finales .....	163
<b>La paciencia, madrastra de la ciencia (o de cuando se perdió la identidad de la investigación en comunicación)</b> .....	165
<i>Ramón Reig García</i>	
1. Introducción .....	165
2. El problema .....	166
3. Algunos efectos perversos: ¿qué identidad poseen nuestras investigaciones? ...	168
4. Como éramos ‘corruptos’ y malos investigadores, que JCR y el inglés nos rediman .....	174
5. ¿A quién pertenecía JCR? .....	181
6. ¿A quién pertenece hoy –2017/2018– JCR? .....	182
7. Conclusiones .....	185
<b>Diversidad nacional de los consejos editoriales en revistas de ciencias de la comunicación</b> .....	187
<i>Manuel Goyanes</i>	
1. Introducción .....	187
2. Comités editoriales: una lucha por conservar lo macro y valorar lo micro .....	189
3. Metodología .....	191
4. Resultados .....	193
5. Discusión y conclusiones .....	205
<b>La investigación comunicativa en España en tiempos de globalización. La influencia del contexto académico y de investigación internacionales en la evolución de los estudios sobre medios en España</b> .....	207
<i>Enric Saperas Lapiedra</i>	
1. El contexto internacional: multilateralismo geopolítico frente a unilateralismo mediático .....	208
2. La formación de un nuevo marco institucional para los profesionales de la investigación comunicativa .....	215
3. Un paradigma dominante en tiempos de globalización: el predominio de un modelo estándar de investigación en la disciplina de la comunicación .....	218
4. La investigación comunicativa en España y el reto de la internacionalización ...	221
5. ¿Cómo investigamos la comunicación en España? Algunos rasgos generales de la investigación comunicativa en España .....	223

<b>La descoordinación de la investigación en comunicación en España. Un estudio de la actividad de los grupos académicos españoles en comunicación .....</b>	227
<i>Victoria Tur-Viñes y Patricia Núñez-Gómez</i>	
1. Introducción .....	227
2. Metodología .....	234
3. Resultados .....	237
4. Conclusiones .....	248
<b>Una visión crítica de la investigación en comunicación audiovisual.</b>	
<b>El estudio de las narrativas antiheroicas en las series televisivas .....</b>	251
<i>Fernando Canet Centellas</i>	
1. Introducción .....	251
2. Descripción de las revistas y de la muestra de artículos objeto de estudio .....	252
3. La investigación empírica en el estudio de la recepción de las narrativas antiheroicas .....	257
4. No solo la recepción sino también la creación de las narrativas antiheroicas: una propuesta de metodología holística no excluyente .....	260
5. Conclusiones .....	263
<b>La investigación sobre comunicación en España (1985-2015). Contexto institucional, comunidad académica y producción científica .....</b>	265
<i>Manuel Martínez Nicolás</i>	
1. Introducción .....	265
2. La transformación del contexto institucional de la investigación comunicativa .....	267
3. Cambios en la estructura y las prácticas de la comunidad científica .....	276
4. Características de la producción científica sobre comunicación .....	283
5. Última reflexión .....	293
<b>La investigación en comunicación en España. Un problema para sus investigadores .....</b>	295
<i>Carmen Caffarel-Serra, Juan Antonio Gaitán Moya, Carlos Lozano Ascencio y José Luis Piñuel Raigada</i>	
1. Introducción: para qué sirve a la sociedad la investigación en comunicación y a qué se enfrentan sus investigadores .....	295
2. Cómo somos los investigadores en comunicación en España .....	298
3. Nuestra actividad investigadora, subordinada a la docencia y al corporativismo académico .....	310
4. Conclusiones para no concluir .....	317
<b>El malestar en la investigación en comunicación en España. Lo que reclaman los investigadores a partir de un análisis Phillips 66 .....</b>	321
<i>Samuel Gil Soldevilla, Aarón Rodríguez Serrano y Javier Marzal Felici</i>	
1. Introducción: la necesidad de compartir opiniones y perspectivas .....	321
2. Metodología: Phillips 66 y dinámicas de trabajo .....	322

3. Análisis: materiales y discurso .....	324
4. Resultados: las voces de la investigación en comunicación .....	325
5. Conclusiones: entre el malestar, la reivindicación y el impacto real .....	333
6. Reflexiones finales .....	335
<b>Investigar, innovar, explicar, criticar y evaluar en materia de comunicación ....</b>	<b>339</b>
<i>José Manuel Pérez Tornero</i>	
1. Introducción .....	339
2. La expansión científica y la multiplicación de la complejidad .....	340
3. La explosión de la comunicación científica .....	341
4. La emergencia de un sistema científico global y cambiante .....	342
5. La relación ciencia-sociedad: un cambio en la tradición .....	343
6. Nuevas posibilidades .....	345
7. Autonomía científica o democratización de la ciencia.....	346
8. La autonomía de la comunidad científica .....	346
9. La nueva comunicación científica .....	348
10. Las deficiencias del sistema de indexación e indicadores de impacto en revistas .....	350
11. Posibles mejoras en el sistema de evaluación de revistas .....	352
12. El valor del libro y del ensayo en la investigación .....	356
13. La acreditación y la evaluación de la actividad del profesorado .....	357
14. Cómo mejorar la evaluación de los investigadores .....	359
15. Una nueva política científica y universitaria .....	360
<b>Investigación y cambios en la comunicación .....</b>	<b>363</b>
<i>Miquel de Moragas Spà</i>	
1. Investigar en un contexto .....	363
2. Agenda de la investigación, temas, prioridades, lagunas .....	365
3. Métodos de análisis y nuevas aproximaciones interdisciplinarias .....	366
4. De la comunicación de masas a la red global. Cambios acelerados en la comunicación .....	367
<b>Referencias bibliográficas y documentales .....</b>	<b>371</b>
<b>Currículo de los autores y autoras .....</b>	<b>399</b>