

Análisis de las publicaciones en “televisión pública” indexadas en *Web of Science* (2001-2019)¹

Carlos Gutiérrez González²; Rafael González Pardo³

Recibido el: 30 de octubre de 2019 / Aceptado: 1 de junio de 2020

Resumen. En este artículo analizamos la producción científica de la televisión pública divulgada entre 2001 y 2019 en las bases de datos de *Web of Science*, caracterizando la información extraída de los metadatos con un análisis bibliométrico e identificando los estudios de medios, tradiciones teóricas de la comunicación y metodologías con el análisis de contenido. Se hallaron 202 artículos que corresponden al 1% de las publicaciones con la palabra clave “televisión”, evidenciando el vacío en los estudios de la televisión pública. Los resultados demuestran una centralización del conocimiento en España y Estados Unidos. Regiones como América Latina, Asia y Oceanía tienen una baja participación. Los académicos se han interesado por los procesos de producción a partir de la tradición sociocultural.

Palabras clave: Televisión pública; Análisis bibliométrico; Estudio de medios; Tradiciones de la teoría de la comunicación; Web of Science.

[en] Analysis of publications on “public television” indexed in Web of Science (2001-2019)

Abstract. In this article, we analyze the scientific production on public television disclosed between 2001 and 2019 in the Web of Science databases, characterizing the metadata information, and identifying media studies, traditions of communication theories and methodologies with content analyses. 202 articles were found that correspond to 1% of total publications with the keyword “television”, this show the gap in public television studies. The results demonstrate a centralization of knowledge in Spain and United States. Regions as Latin America, Asia and Oceania have a low participation. Finally, scholars have been interested in the production processes analyzed from the sociocultural tradition.

Keywords: Public television; Bibliometric analysis; Media studies; Traditions of communication theory; Web of Science.

Sumario: 1. Introducción. 2. Metodología. 2.1. Procedimiento. 2.2. Codificación. 3. Resultados. 3.1. Caracterización de la producción científica sobre televisión pública. 3.2. Identificación de las tradiciones teóricas, los énfasis de estudios de medios y enfoques de investigación. 4. Discusión y conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Gutiérrez González, C.; González Pardo, R. (2020) Análisis de las publicaciones en “televisión pública” indexadas en Web of Science (2001-2019), *Historia y comunicación social* 26(1), 291-305.

1. Introducción

Los estudios de medios han sido un enorme atractivo para los académicos de las diferentes áreas de las Ciencias Sociales y las Artes, en especial, porque “los medios de comunicación dependen esencialmente de la sociedad” (McQuail, 2000: 29). Por ello, las dinámicas de sus formas de operar, informar y entretener son motivo de análisis permanente. Estudiarlos en su conjunto no es recurrente, por lo contrario, proponer enfoques y metodologías que permitan obtener resultados empíricos es más común (Bryant & Miron, 2004; Downing, 2004; Kolker, 2008; Molina Rodríguez-Navas, Simelio Solà & Ibarz Gelabert, 2013; Valdivia, 2006).

Ejemplos más puntuales se pueden hallar en los estudios de análisis bibliométricos publicados en *Web of Science* donde los académicos se han interesado en explorar los contenidos de las revistas incluidas en la

¹ Este proyecto es financiado con recursos del Fondo Nacional de Financiamiento para la Ciencia, la Tecnología e Innovación (FCTel) del Sistema General de Regalías (SGR).

² Fundación Universitaria del Área Andina
E-mail: candregutierrez@gmail.com

³ Universidad del Tolima
E-mail: regonzalezpardo@gmail.com

categoría “Film, Radio & Television” (Torre-Espinosa, Repiso & Montero Díaz, 2019) o en “proponer un nuevo método de medición de la interdisciplinariedad a partir de la medición de las relaciones académicas que se producen en las tesis doctorales” (Repiso, Torres Salinas & Delgado, 2016: 877). Otros autores se han enfocado en conocer la evolución del interés de los investigadores en la radio (Piñeiro-Otero, 2015, 2016) y comprender las características de la investigación en comunicación dedicada a ese medio (Shields & Bren, 1997).

En relación con la televisión como concepto general, un estudio de Piñeiro-Naval & Morais (2019) confirma que la televisión es uno de los objetos de estudio recurrentes de los académicos de España y América Latina. En esa línea de trabajo, se encontraron bibliometrías de caracterización de tesis doctorales sobre la televisión (Repiso, Torres & Delgado, 2011), el emplazamiento de producto en sus contenidos (Guo et al., 2019), el perfil del desarrollo académico de la literatura de televisión interactiva (Chen, Tsaih & Chou, 2009), el rol de la mujer (Navarro & Martín, 2013) and advertising in particular, are considered as important agents of socialization, including genderrelated issues. Thus the legislator has focused on the regulation of the images of women and men in advertisements. However, regulations prohibiting sexist advertising in Spain pay specific attention to audiovisual media. The objective of this study is to check whether this unequal interest also takes place in academic research. This paper analyzes the differences in the scientific literature (national and international) and el tratamiento temático ambiental en los anuncios publicitarios (Paz-Enrique & Hernández-Alfonso, 2017), los usos académicos de los diferentes *shows* (Shim & Park, 2015) y el consumo de la tendencia tecnológica de los televisores (Cho & Daim, 2016)the television (TV).

Sin embargo, al realizar una búsqueda más amplia en la colección principal de *Web of Science* con las publicaciones en inglés, portugués y español acerca de los medios masivos desde el 2001, *internet* es el objeto de estudio más recurrente por los científicos en el entorno internacional (67.019), seguido por la *televisión* (20.834), la *prensa* (15.552), la *radio* (11.141) y el *cine* (8.107), pero al hacer más específica la pesquisa y emplear la palabra clave “*televisión pública*” OR “*public television*”, los resultados no son abundantes puesto que solo se hallaron 202 artículos, es decir, solo el 1% de los *papers* están delimitados a este tema.

Por lo anterior, con este artículo pretendemos contribuir en el mapeo de la producción científica referente a la televisión pública y conocer con más detalle algunas características acerca de los autores, las universidades, los países, la frecuencia de publicación por año, la bibliografía más citada, la clasificación de las revistas y las temáticas seleccionadas. También realizaremos un análisis de contenido a partir de la propuesta de Valdivia (2006) quien divide el estudio de medios en cuatro áreas: *producción, contenido, audiencia y efectos*, articuladas con las siete tradiciones teóricas de la comunicación planteadas por Craig (1999) la *retórica, semiótica, fenomenológica, cibernética, sociopsicológica, sociocultural y crítica*. A continuación haremos una breve reseña de ambos trabajos que redundan en la forma como fueron abordados en las unidades de análisis de este artículo.

En primera instancia, Valdivia (2006) plantea que la *producción* en los medios de comunicación puede estudiarse desde los individuos, en sus roles y funciones laborales dentro de una empresa mediática, ya sea como periodistas o como creativos de contenidos de entretenimiento (Perren & Schatz, 2015)The Producer’s Medium (coauthored with Robert Alley; desde las organizaciones para conocer cómo operan los medios masivos, su capacidad tecnológica, el nivel de libertad o dependencia frente a otras organizaciones y la agenda de contenidos informativos y de entretenimiento que decide emitir; y desde las instituciones estatales quienes definen la regulación y demás disposiciones normativas y de vigilancia.

El segundo enfoque es el *contenido*. Aquí se estudia el cuerpo de los mensajes y significados que continuamente son transmitidos por los medios de comunicación y recibidos por las audiencias. El mensaje puede presentarse de acuerdo con la intención creativa definida desde la producción. En tal virtud pueden ser narrativas de ficción, documentales, informativos, comerciales, *realities, morning shows*, debates políticos, discursos presidenciales o transmisiones deportivas (Creeber, Miller & Tulloch, 2008).

Luego están las *audiencias*. McQuail (2000: 431) se refiere a ellas como “los lectores, espectadores u oyentes de cualquier canal mediático”. Los académicos centran sus investigaciones en describirlas, conocer el uso y la gratificación de los medios e indagar por las percepciones o los significados que hacen los grupos sociales, los individuos o comunidades de *fans* acerca de un contenido. También se enfocan en estudios de mercado midiendo los alcances de *rating* o *share* y en su participación *en y a través de los medios* (Azurmendi & Muñoz-Saldaña, 2016).

Finalmente están los *efectos* mediáticos que se refieren a la influencia que tienen los medios sobre la audiencia. Son la consecuencia de lo que estos hacen, expresamente o no. Aquí se estudia la “eficacia mediática” en la consecución de objetivos de comunicación planificados. Los intereses primarios de los académicos se encuentran en los efectos de los contenidos en audiencias infantiles, los estereotipos de grupos minoritarios, la violencia o la efectividad de campañas políticas (Bryant & Oliver, 2009).

De otro lado y a partir de la dispersión de las teorías en el campo de la comunicación, Robert Craig (1999, 2015) desarrolla el metamodelo constitutivo para teorizar la comunicación como una práctica social. La primera tradición es la *retórica* definida como el arte práctico del discurso. Con esta se buscan respuestas al por qué es importante la participación de un individuo en un discurso y cómo ocurre. Un aspecto clave que buscan los

investigadores es entender cómo los individuos utilizan la emoción y la lógica para alcanzar una persuasión en el público, especialmente, desde una postura crítica (Flowerdew & Richardson, 2018).

La segunda tradición es la *semiótica* encargada del estudio de los signos. Las indagaciones que tienen como base esta tradición fundamentan sus sustentos en las teorías del lenguaje, el discurso, la interpretación, la comunicación no verbal, la cultura y los medios de comunicación. La comunicación es típicamente teorizada como una intermediación subjetiva por signos. Los problemas de la comunicación en la tradición semiótica son primariamente problemas de representación y transmisión de significado y de brechas entre subjetividades. Algunos estudios se fundamentan en temas como la fonética, fonología, morfología, sistemas de escritura, estructuras narrativas, la traducción o la semántica (Allan, 2016).

La tradición *fenomenológica* es la tercera tradición en cuestión y profundiza en la comunicación teorizada como diálogo o experiencia del otro, experiencias ritualizadas, estéticas, comunes o innovadoras (van Manen, 2016). Explica la identidad y la diferencia en las relaciones humanas auténticas. Aquí un elemento clave es el diálogo como forma ideal de comunicación con el otro. La cuarta tradición es la *cibernética* desde la cual se piensa a la comunicación como el procesamiento de la información y explica cómo todos los tipos de sistemas complejos están aptos para funcionar y por qué, en ocasiones, no lo están. También se abordan estudios formulados a partir de los componentes derivados de la comunicación digital (Gutiérrez-González & González-Pardo, 2019).

La quinta tradición es la *sociopsicológica*. Desde esta tradición se teoriza la comunicación como un proceso de expresión, interacción e influencia. Es un proceso en el que el comportamiento de los humanos u otros organismos complejos expresan mecanismos psicológicos, estados y rasgos que, a través de la interacción con las expresiones similares de otros individuos, producen una gama de efectos cognitivos, emocionales y de comportamiento. En esta tradición encontramos las teorías de efectos de los medios (Blumler, 2015).

Finalmente, los estudios de la tradición sociocultural explican cómo el orden social confluye y muta en procesos de interacción simbólicos que producen y reproducen patrones compartidos entre los individuos como los asuntos de identidad (Wetherell & Talpade Mohanty, 2010). En esta se abordan los problemas que afectan a la sociedad, desde los cambios tecnológicos hasta los políticos, sociales, económicos y ambientales. Mientras que las publicaciones de la tradición *crítica* son pensadas desde el intercambio de significados que son defectuosos, distorsionados o incompletos en el proceso de emisión-recepción, por lo que existen contenidos que afectan a comunidades y/o minorías de género, etnia o raza a partir de las relaciones de poder que se presentan en la esfera pública (Clegg & Haugaard, 2009).

Con el ánimo de articular lo expuesto, en este artículo damos respuesta a las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cómo ha sido el abordaje y la trayectoria de la televisión pública a partir de la ubicación geográfica, universidades, temas de estudio, autores y referencias bibliográficas utilizadas en los artículos publicados entre el 2001 y el 2019?
2. ¿Cuál es la relación que existe entre las tradiciones teóricas de la comunicación expuestas por Craig y los énfasis del estudio de medios que plantea Valdivia?
3. ¿Qué enfoques y métodos de investigación han predominado entre las tradiciones teóricas y los énfasis del estudio de medios?

En conclusión, con este artículo pretendemos: a. caracterizar la producción científica de los artículos publicados en *Web of Science* respecto a la televisión pública y, b. identificar los enfoques de estudio de medios, las tradiciones teóricas de la comunicación y las metodologías empleadas por los autores que han trabajado la televisión pública en el entorno internacional.

2. Metodología

Para dar respuesta a las preguntas de investigación realizamos una búsqueda de artículos indexados en la colección principal de Web of Science: *Social Sciences Citation Index*, *Arts & Humanities Citation Index* y *Emerging Sources Citation Index*, publicados entre el 2001 y septiembre de 2019, escritos en inglés, español o portugués y con la presencia de la palabra clave “televisión pública” OR “public television”. Decidimos incluir la base de datos *ESCI* porque tiene “una proximidad temática a la de Comunicación y un cierto carácter mixto” (Torre Espinosa, Repiso & Montero Díaz, 2019: 3) entre las Humanidades y las Ciencias Sociales.

Durante este período encontramos una muestra de $n=200$ artículos, cifra que representa el 98,5% del universo de trabajos registrados ($n=202$) en las bases de datos mencionadas. Del universo fueron descartados dos artículos porque los metadatos no estaban disponibles en la plataforma. Estas unidades de análisis fueron divididas por la siguiente tipología de artículos: 1=empírico, 2=metodológico, y 3=teórico/ensayístico (Piñeiro-Naval & Morais, 2019).

2.1. Procedimiento

Los análisis fueron conducidos en dos fases. Primero recolectamos los artículos disponibles en Open Access y luego se exportó la información disponible desde *WoS* a una hoja de cálculo para analizar la información concerniente a los metadatos mediante un estudio bibliométrico. Las consideraciones básicas que contemplamos en la elaboración del libro de códigos se tomaron a partir del estudio desarrollado por Castillo y Carretón (2010).

Allí analizamos: indicadores de uso de la literatura científica para conocer cuáles son las referencias más citadas en los artículos; indicadores de colaboración, para evaluar el grado de colaboración entre los investigadores y el análisis de las autorías; e indicadores de uso de la literatura científica, para medir el número de referencias que se utilizaron en los artículos de las revistas científicas.

En la segunda fase realizamos un análisis de contenido (Riffe, Lacy & Fico, 2014; Wimmer & Dominick, 2010) y diseñamos un plan de muestreo (Igartua, 2006) para identificar los artículos, teniendo como punto de partida la delimitación de la muestra a los textos de carácter 1=empírico y 2=metodológico ($n=131$) y excluyendo las publicaciones de carácter 3=teórico/ensayístico, ya que no cuentan con enfoques de investigación.

Estas unidades de análisis fueron agrupadas para identificar patrones de publicación o conglomerados y comparados en función de la procedencia geográfica de los textos y el país de origen de la afiliación institucional de los autores principales, así como las categorías de énfasis de estudios de medios y de las tradiciones teóricas (Tabla 1).

Tabla 1: Variables y criterios metodológicos

Variables bibliométricas	Abordaje y trayectoria de la Televisión Pública
Distribución geográfica y temporal (2001 – 2019)	Distribución por regiones: Asia, América del Norte, América Latina, Europa y Oceanía, clasificadas con relación al país de origen de la afiliación institucional de los autores principales. Distribución temporal: periodo 1 (2001 – 2004), periodo 2 (2005 – 2009), periodo 3 (2010 – 2014) y periodo 4 (2015 – 2019) (Tabla 2).
Abordaje y trayectoria del concepto “public television”	Aplicando el algoritmo de clustering con una frecuencia ≥ 3 y a partir de la homogeneidad semántica, se hallaron los <i>temas de estudio</i> (60 KW+). Para la construcción de la red de co-citación de autores, de los 5007 citados, también se estableció un punto de corte ≥ 3 , obteniendo un total de $n=305$ autores (Figuras 1, 2 y 3).
Variables de análisis de contenido	Enfoque de estudio de medios y tradiciones teóricas
Énfasis de estudios de medios y Tradiciones teóricas	Análisis de las publicaciones con la misma distribución temporal (Tablas 3 y 4 y Figura 4).
Enfoque de investigación y Métodos de investigación	Planteamos las siguientes opciones: 1=cuantitativo, 2=cualitativo, 3=combinación de cuantitativo y cualitativo (mixto), 4=no aplica (Figura 5). En los métodos cuantitativos: 1=experimento, 2=cuasiexperimento, 3=análisis de contenido, 4=encuesta, 5=cuestionario, 6=mixto (cuando se establecieron dos o más métodos), 7=no aplica y 9=otro. Respecto a los métodos cualitativos: 1=etnografía, 2=entrevista, 3=grupo focal, 4=análisis textual, 5=análisis narrativo, 6=análisis del discurso, 7=mixto, 8=no aplica y 9=otro (Figura 6).

Fuente: elaboración propia.

2.2. Codificación

En cada unidad de análisis codificamos las siguientes variables: título, nombre del autor o autores, año de publicación, nombre de la revista, país de la institución educativa donde está afiliado el autor principal, nombre de la institución educativa, el tipo de artículo, el factor de impacto de la revista y las referencias empleadas. Las variables de la segunda fase fueron adoptadas así: enfoque de estudio de medios (Valdivia, 2006), tradición teórica (Craig, 1999, 2015), enfoque de investigación y métodos (Kamhawi & Weaver, 2003; Li & Tang, 2012). La validación del libro de códigos fue realizada por un par externo.

En el caso de la fase bibliométrica utilizamos el software VOSviewer (van Eck & Waltman, 2010) que nos permitió la visualización de redes bibliométricas, en las que se incluyeron las publicaciones individuales para ser construidas con base en la co-citación o acoplamiento bibliográfico y relaciones de coautoría; así mismo se realizó la minería de texto, para diseñar y visualizar redes de co-ocurrencia y mapas de densidad de acuerdo con la información extraída de los metadatos de los artículos científicos seleccionados. Finalmente hicimos una representación gráfica de la información de la segunda fase mediante el programa SankeyMatic el cual

permite desentrañar la complejidad de las redes generadas en torno a las variables definidas en el análisis de contenido.

3. Resultados

En esta sección presentamos, en primera instancia, el análisis bibliométrico de acuerdo con la distribución geográfica de la producción científica en televisión pública por continente, exceptuando a África donde no se encontró ninguna afiliación institucional; el Índice de co-ocurrencia temática que establece los temas de estudio, autores e índices de referencias de las bibliografías utilizadas y cerramos con la co-citación de autores que nos permitió identificar los más citados. En la segunda parte abordamos la relación entre las siete tradiciones teóricas, donde no se encontraron artículos que tuvieran en cuenta los postulados de la tradición *fenomenológica*, con los enfoques de estudios de medios y los enfoques y métodos de investigación empleados por los académicos.

3.1. Caracterización de la producción científica sobre televisión pública

Con este análisis establecimos una cartografía del concepto *televisión pública* en términos de estructura centro-periferia y evaluamos si en las últimas décadas se evidenció un cambio significativo en la procedencia geográfica de la afiliación institucional de los autores principales. Un primer análisis reveló el peso central de dos regiones que han venido trabajando sobre el concepto analizado. Estas son Europa y América del Norte que representan el 83% de la producción global. Las otras regiones son mucho menos productivas. Solo América Latina supera el 13% de la producción mundial y las otras dos regiones (Asia y Oceanía) están por debajo del 2.5%.

Los países donde mayor presencia de autores se concentra la producción científica son España (72), seguido por Estados Unidos (36), Brasil (12), Países Bajos (8) y Bélgica (7). Países como Argentina y Francia cuentan con cinco autores cada uno, seguido por Australia y Alemania con cuatro. Los demás países, que suman el 17.5% están conformados principalmente por los países de Oceanía, Asia y América Latina, que cuentan con menos de tres autores (Tabla 2).

De otro lado, las universidades que tienen mayor presencia de autores son las de España, encabezadas por la Universidad Complutense de Madrid (11), seguida por la Rey Juan Carlos (9), Navarra (7), Valencia (6), La Coruña (4) y Sevilla (3). La presencia de universidades de otros países es reducida, pues solo figuran como las más representativas la universidad de Ámsterdam (6) en Holanda, Stockholm University (3) en Suecia, Capitole (2) en Francia, la Universidad de Milán (2) en Italia y la Universidad de Queensland (2) en Australia. La única institución de América Latina con (2) artículos es la Universidad Brasileira Federal de Fluminense.

Con la tendencia de la producción de artículos en los cuatro periodos que se definieron, se puede reafirmar que España, que si bien en el primer periodo (2001-2004) no contó con ninguna publicación, se convirtió en el país con mayor número de publicaciones desde el segundo periodo (2005-2009) con el 42.2%. Aparece también Estados Unidos, que para el primer periodo era el país con mayor representatividad (43.7%), pero que paulatinamente ha venido bajando la producción en los últimos años, pues en el cuarto periodo (2015-2019) pasó a un 9.2%.

En el caso de América Latina solo hasta el tercer período (2010-2014) aparecen Brasil, Ecuador y Chile con un total del 11.9% de la producción de artículos, que para el último periodo con la presencia de Argentina y Colombia se sube a un 21,1%. Así mismo, resaltamos que para este lapso, Brasil se consolida como el segundo país junto a Estados Unidos, con el mayor número de artículos que son desarrollados por autores principales que proceden de allí.

Promediando el total de los periodos los autores pertenecientes a países europeos son los que cuentan con un mayor porcentaje (62,4%), seguido por América Latina (21.1%) y América del Norte (13,9%); en otros continentes como Oceanía y Asia, la presencia de autores procedentes ha sido limitada, pues tan solo aparecen en los dos últimos periodos India e Israel con un porcentaje mínimo: 1.8% y 0,9%, respectivamente.

Tabla 2: Estadística descriptiva de tendencia asociada con el país de afiliación institucional del autor principal

País	Periodos 1 2001-2004		Periodo 2 2005-2009		Periodo 3 2010-2014		Periodo 4 2015-2019		Total	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Argentina	0	0	0	0	0	0	6	5,5	6	3,0
Australia	1	6,25	1	3,03	1	2,38	2	1,83	5	2,5
Bélgica	1	6,25	0	0	3	7,14	3	2,75	7	3,5
Brasil	0	0	0	0	2	4,76	10	9,17	12	6,0
Canadá	0	0	1	3,03	1	2,38	2	1,83	4	2,0
España	0	0	14	42,42	15	35,7	43	39,4	72	36,0
Estados Unidos	7	43,75	11	33,33	8	19	10	9,17	36	18,0
Francia	0	0	0	0	3	7,14	3	2,75	6	3,0
Países Bajos	3	18,75	2	6,061	0	0	3	2,75	8	4,0
Inglaterra	0	0	1	3,03	0	0	0	0	1	0,5
Italia	0	0	0	0	0	0	3	2,75	3	1,5
México	0	0	0	0	0	0	3	2,75	3	1,5
Suecia	0	0	0	0	0	0	4	3,67	4	2,0
Ecuador	0	0	0	0	2	4,76	3	2,75	5	2,5
Alemania	1	6,25	1	3,03	1	2,38	2	1,83	5	2,5
Colombia	0	0	0	0	0	0	2	1,83	2	1,0
Dinamarca	0	0	1	3,03	1	2,38	0	0	2	1,0
República Checa	0	0	0	0	0	0	2	1,83	2	1,0
India	0	0	0	0	0	0	1	0,92	1	0,5
Portugal	0	0	1	3,03	0	0	2	1,83	3	1,5
Noruega	0	0	0	0	0	0	1	0,92	1	0,5
Eslovaquia	0	0	0	0	0	0	1	0,92	1	0,5
Suiza	0	0	0	0	0	0	1	0,92	1	0,5
Polonia	0	0	0	0	1	2,38	0	0	1	0,5
Israel	0	0	0	0	1	2,38	0	0	1	0,5
Chile	0	0	0	0	1	2,38	2	1,83	3	1,5
Eslovenia	1	6,25	0	0	1	2,38	0	0	2	1,0
Grecia	1	6,25	0	0	1	2,38	0	0	2	1,0
Escocia	1	6,25	0	0	0	0	0	0	1	0,5
TOTAL	16	100	33	100	42	100	109	100	200	100

Fuente: elaboración propia.

Estos datos indican como tendencia el crecimiento sustancial en el número de publicaciones para el último periodo (109), particularmente en Europa en cabeza de España, y excepto para América del Norte, en cabeza de Estados Unidos, que ha tenido decrecimiento en producción desde el 2001 de un 34.6%. De igual forma, se puede ver que, para el caso de América Latina, con representación de países como Brasil, Argentina, México, Ecuador, Chile y Colombia, en el tercer periodo (2010-2014) creció el 11.9%, duplicando ese porcentaje en el último periodo.

Para analizar el abordaje y la trayectoria de la televisión pública a partir de los temas de estudio, autores, índices de citación y bibliografías utilizadas en los artículos, se conformaron seis clúster que se visualizaron a través de un mapa bibliométrico etiquetado (Figura 1) y un mapa bibliométrico de densidad (Figura 2). Las KW+ que presentaron mayor representatividad a nivel de frecuencia son *Television* (81), *Public television* (70), *Media* (40), *Spain* (29), *Audience* (27), *Children* (21), *Communication* (20), *Tv* (19), *History* (16), *Identity* (16) y *Participation* (16). Sin embargo, si se sumaran las frecuencias dedicadas a los servicios públicos de radiodifusión como la BBC (23) y RTVE (41), este sería el núcleo temático con mayor presencia (74).

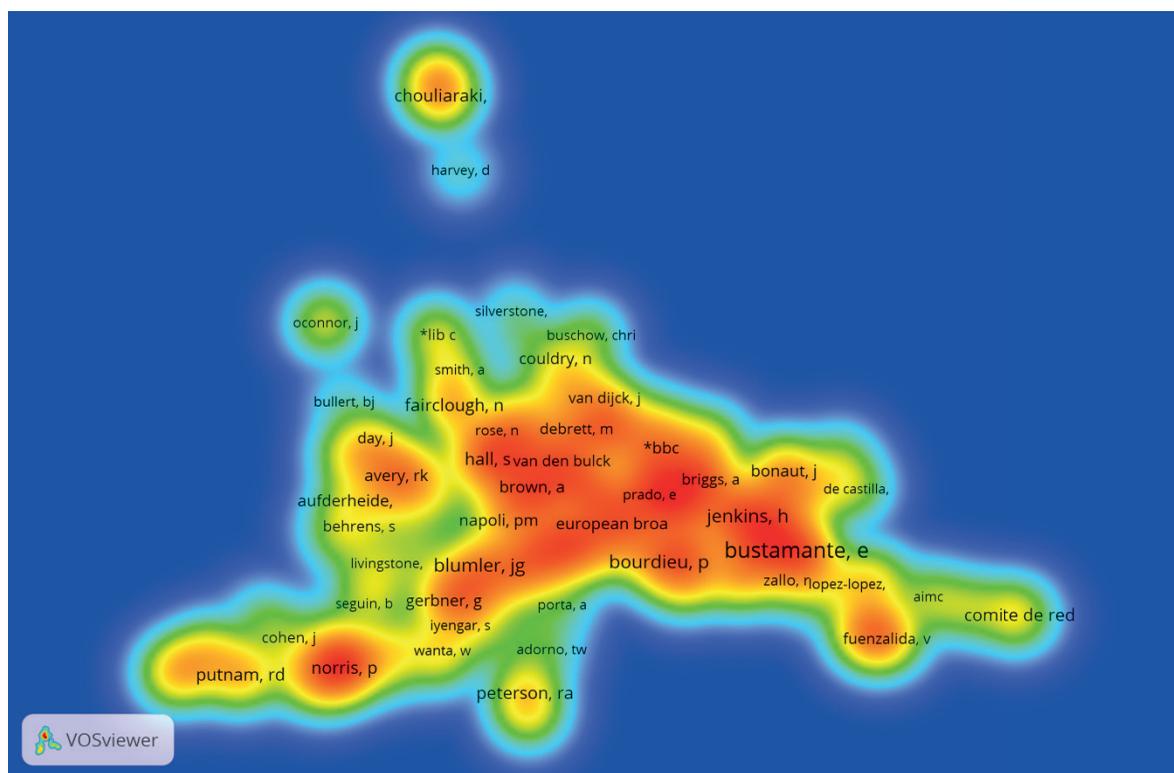
El primer clúster es el *servicio público de radiodifusión*, donde se destacan reflexiones en cuanto a la identidad (16) y la participación (16), así como los estudios acerca de la relación de los medios digitales (19), la salud (8) y el internet (6) con la televisión pública. En el segundo clúster, *televisión pública*, se identificaron temas como: la televisión pública en España (29), las audiencias (27), los sistemas informativos (10) y el entretenimiento (8). El tercer clúster establecido estuvo marcado por la *comunicación y marca* desde los medios masivos y los factores relacionados con el marketing, en el que aparecen KW como: marca (11), mercado (11), valores (11) y engagement (10).

Así mismo, aparece el cuarto clúster marcado por *la emisión de contenidos* donde se encontraron términos como género (9) y televisión española (9). Por último relacionamos dos clúster, *memoria y cultura*, dedicado

Otra importante correlación gira en torno a los estudios y reflexiones sobre los sistemas de radiodifusión pública, particularmente trabajos sobre la BBC y RTVE, en donde los investigadores priorizan temas como la identidad nacional, la participación y la ciencia. Para los estudios de televisión pública, hay una serie de temáticas que resultan aisladas con una baja relación entre clústers, estas son: Estado, política y ficción. Se puede finalmente evidenciar como a nivel de estudios con enfoque geográfico, es España el principal foco de investigación y desde una reducida presencia, Argentina como foco de América Latina.

A continuación, con el mapa de densidad (Figura 3) mostramos la proximidad que hay entre los autores citados en cada unidad de análisis. En este caso, los diez autores más citados son: Enrique Bustamante (36), Henry Jenkins (23), Pierre Bourdieu (17), Manuel Palacio (17), Jay Blumler (17), Stuart Hall (17), Carlos Scolari (15), Norman Fairclough (13), Denis McQuail (13) y Phillip Napoli (13). Hay que anotar que también recibieron citas significativas cadenas como la BBC (17), el Comité de redaccio d'informatius, RTVV (10) y la Unión Europea de Broadcasting (9).

Figura 3: Mapa bibliométrico de densidad del índice de co-citación de los principales autores referenciados



Fuente: elaboración propia.

De lo anterior, se desprenden cinco grupos de académicos y/o referencias corporativas distribuidos así: **Grupo 1:** BBC (17), Ana Azurmendi (10), Mercedes Medina (8), Gillian Doyle (7) y Steven Barnett (7). **Grupo 2:** European Broadcasting Union (9), Willard D. Rowland (9), Patricia Aufderheide (7) y Robert K. Avery (7). **Grupo 3:** Stuart Hall (16), Enric Castello (8), Nick Couldry (7) y John Fiske (6). **Grupo 4:** Enrique Bustamante (36), Comité de redaccio d'informatius - RTW (10), Javier Marzal Felici (9), Martín Becerra (8) y Daniel C. Hallin (8). Y el **Grupo 5:** Jay Blumler (16), Pippa Norris (12), Marc Hooghe (10) y Christina Holtz-Bacha (9).

3.2. Identificación de las tradiciones teóricas, los énfasis de estudios de medios y enfoques de investigación

Para comprender la relación entre las tradiciones teóricas de la comunicación y los énfasis de estudio de medios, se desarrolla un análisis por periodos. Empezando con los estudios de medios (Tabla 3) evidenciamos como en el primer periodo (2001-2004) las publicaciones se hicieron fundamentalmente en la *producción* (56,2%), seguido por los *efectos* (18,8%); para el segundo periodo (2005-2009), si bien el panorama de los estudios sobre la *producción* sigue siendo favorable (57,6%) se da un importante crecimiento a los dedicados al *contenido* (30,3%) y las investigaciones de los *efectos* empiezan a perder protagonismo (6,1%).

En el tercer periodo (2010-2014) el crecimiento de los estudios sobre *contenidos* sigue en alza, puesto que son los que mayor porcentaje tienen (45,2%) y los de *producción* pasan a un segundo lugar (33,3%). Se resalta también el crecimiento de 10 puntos porcentuales de los artículos dedicados a las *audiencias* (16,7%)

y el declive del enfoque de los *efectos* que pasó en 14 años de un 18.7% a un 4.8%. En el último periodo (2015-2019), se consolidan los estudios sobre *contenido* (40.4%) junto a los de *producción* (38,5%) y los de *audiencias* (16.5%). Las publicaciones de *efectos* continúan perdiendo interés por parte de los investigadores (4.6%).

Si se hace un recuento total de los 19 años son los estudios sobre *producción* los que mayor representatividad tienen (42%) seguidos por los de *contenido* (37.5%).

Tabla 3: Estadística descriptiva de tendencia asociada con el énfasis de estudios de medios según Valdivia (2006)

Énfasis según Valdivia (2006)	Periodos 1 2001-2004		Periodo 2 2005-2009		Periodo 3 2010-2014		Periodo 4 2015-2019		TOTAL	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Producción	9	56,25	19	57,58	14	33,33	42	38,53	84	42
Contenido	2	12,5	10	30,3	19	45,24	44	40,37	75	37,5
Audiencias	2	12,5	2	6,061	7	16,67	18	16,51	29	14,5
Efectos	3	18,75	2	6,061	2	4,762	5	4,587	12	6
TOTAL	16	100	33	100	42	100	109	100	200	100

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al análisis de las tradiciones (Tabla 4), en el primer periodo (2001-2004) los académicos centraron fundamentalmente sus estudios en la tradición *sociocultural* (62.5%) seguida de la tradición *sociopsicológica* (25%), la *semiótica* (6.3%) y *cibernética* (6.3%). En este lapso, se resalta que no existen artículos de las demás tradiciones. Para el segundo periodo (2005-2009) la tendencia continúa igual, la mayor representatividad estuvo en las publicaciones de la tradición *sociocultural* (60.6%). Sin embargo, el panorama cambia con la *sociopsicológica*, la cual se reduce de forma considerable (6.1%), cediendo su lugar a la tradición *cibernética* (12.1%) y la *semiótica* (12.1%). Si bien las tradiciones *crítica* (6.1%) y *retórica* (3.0%) aparecen en este periodo, su representatividad es mínima.

En el tercer periodo (2010-2014) hay una reducción en los estudios de la tradición *sociocultural* (35.7%) y la *semiótica* (4.7%) y un crecimiento en la tradición *crítica* (21.4%) y la *retórica* (11.9%). Para el último periodo (2015-2019) se reducen casi cinco puntos porcentuales la *cibernética* y se incrementa el porcentaje de la tradición *crítica* (32.1%) acercándose por primera vez en 19 años a la tradición *sociocultural* (37.6%). Los artículos en los que se identificaron las tradiciones *sociopsicológica* y *semiótica* se mantienen en porcentajes similares al periodo anterior.

Resumiendo, la tradición *sociocultural* (43%) prácticamente duplica a la *crítica* (23%), que es la segunda más representativa. Las tradiciones *cibernética* (10.5%) y *sociopsicológica* (10%) mantienen porcentajes muy similares, tendencia equivalente entre la tradición *retórica* (7.5%) y la *semiótica* (6%).

Tabla 4: Estadística descriptiva de tendencia asociada con el las tradiciones según Craig (1999, 2015)

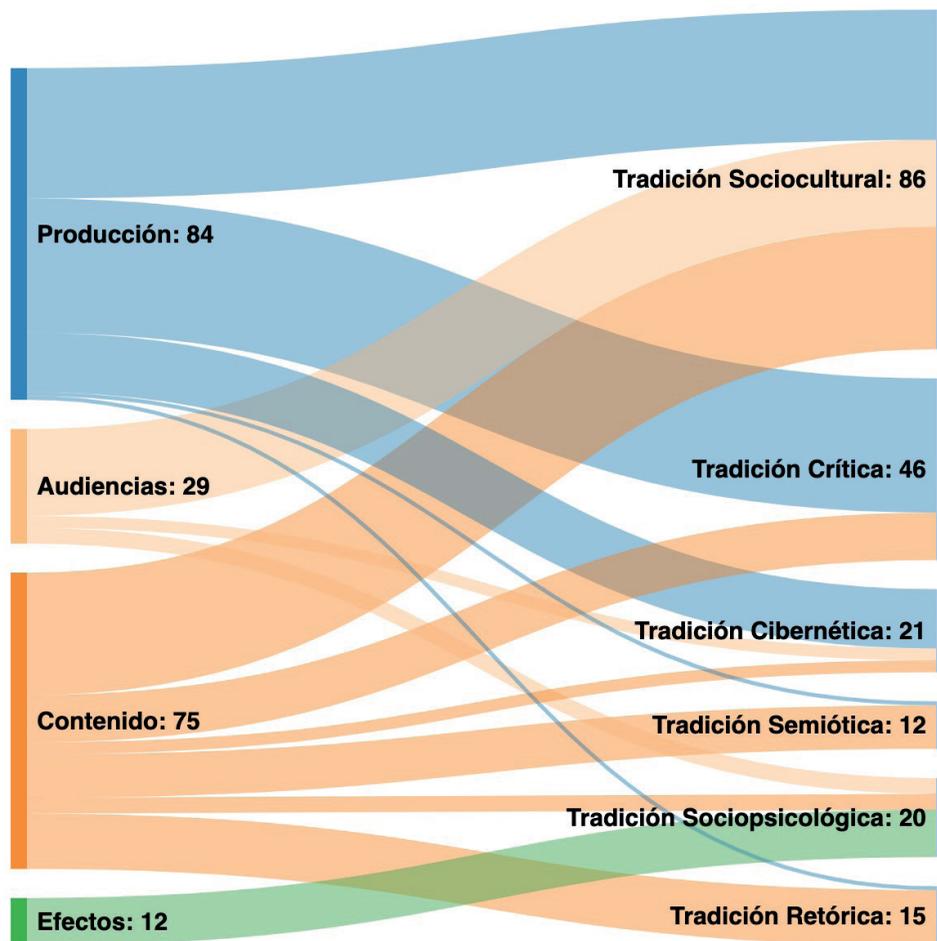
Tradiciones según Robert Craig (1999)	Periodos 1 2001-2004		Periodo 2 2005-2009		Periodo 3 2010-2014		Periodo 4 2015-2019		TOTAL	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Tradición Retórica	0	0	1	3,03	5	11,90	9	8,26	15	7,50
Tradición Semiótica	1	6,25	4	12,12	2	4,76	5	4,59	12	6,00
Tradición Fenomenológica	0	0	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Tradición Cibernética	1	6,25	4	12,12	6	14,29	10	9,17	21	10,50
Tradición Sociopsicológica	4	25	2	6,06	5	11,90	9	8,26	20	10,00
Tradición Sociocultural	10	62,5	20	60,61	15	35,71	41	37,61	86	43,00
Tradición Crítica	0	0	2	6,06	9	21,43	35	32,11	46	23,00
TOTAL	16	100	33	100	42	100	109	100	200	100

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la relación de estas tradiciones con los énfasis de estudios de medios, los autores han abordado los planteamientos de la televisión pública, así: el énfasis de *producción* se ha concebido a partir de las tradiciones *sociocultural* (41.7%), *crítica* (40.5%) y *cibernética* (17.8%); los *contenidos* se relacionan principalmente con la *sociocultural* (44%), *retórica* (20%) y *semiótica* (16%); las *audiencias* se han indagado con la tradición

sociocultural (65.5%) y *sociopsicológica* (20.6%); y con esta última tradición también se llevan a cabo todos los procesos empíricos de los *efectos* (Figura 4).

Figura 4: Relación entre los énfasis de estudios de medios y las tradiciones teóricas de la comunicación



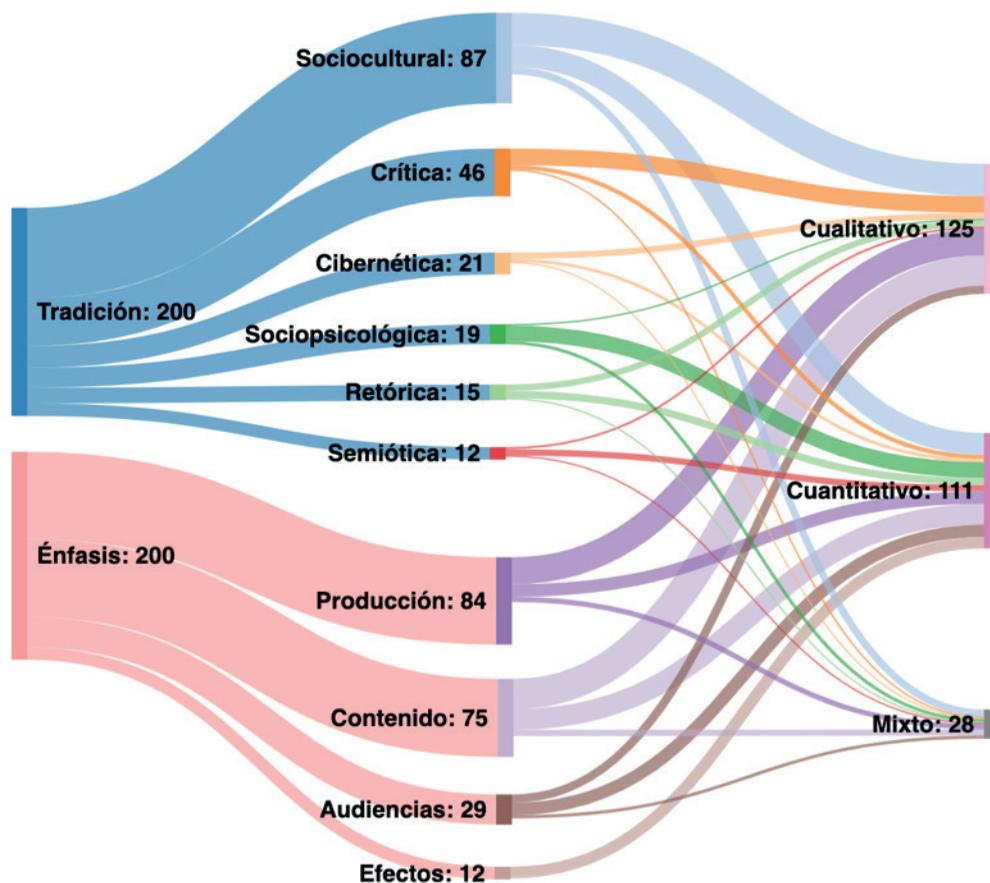
Fuente: elaboración propia.

Luego, la co-relación entre las tradiciones y los énfasis de estudio respecto a los enfoques de investigación se presentó así (Figura 5): en la tradición *sociocultural* es donde el mayor número de artículos se encontraron (86), allí el enfoque cualitativo tuvo un 35,6%, el cuantitativo el 24,1% y el mixto el 8%. En la tradición *crítica*, el panorama cambia ya que la distancia entre el enfoque cualitativo (34,8%) y los demás se acrecienta (cuantitativo 8.7% y mixto 2.2%). En la tradición *cibernética* el panorama sigue siendo similar, el enfoque cualitativo predomina (28.6%) versus el enfoque cuantitativo (14.3%) y el mixto (4,8%).

El contraste se genera con las tradiciones *sociopsicológica*, *retórica* y *semiótica*. Aquí, el enfoque cuantitativo es el de mayor representatividad. Por ejemplo, en la tradición *sociopsicológica* el enfoque cualitativo tiene tan solo un 5.3% alejado del cuantitativo con el 78.9% y el mixto que representa un 15.8%. En la tradición *semiótica* se encontraron 12 artículos distribuidos así: enfoque cuantitativo con el 50%, enfoque cualitativo 16.7% y enfoque mixto 8.3%. Finalmente, en la tradición *retórica* la distancia es mucho menos marcada, puesto que el cuantitativo representa un 46.7% y el cualitativo un 40%.

Respecto a los enfoques de los estudios de medios encontramos que una alta cantidad de trabajos estuvieron dedicados a la *producción* (84). En estas unidades de análisis el enfoque cualitativo prevalece (30.2%) y supera ampliamente al cuantitativo (14%) y el mixto (5.8%). En los artículos dedicados al *contenido* (75) el panorama es similar, el mixto sigue siendo el enfoque más reducido (8%) y el cualitativo el de mayor representatividad (38.7%), seguido por el cuantitativo (26.7%). La tendencia cambia con los artículos que están enfocados hacia las *audiencias* (29) y los *efectos* (12). En los primeros, el enfoque cuantitativo (42.9%) supera ampliamente al cualitativo (28.6%) y el mixto (10.7%). Mientras que las investigaciones de los *efectos* son 100% cuantitativas.

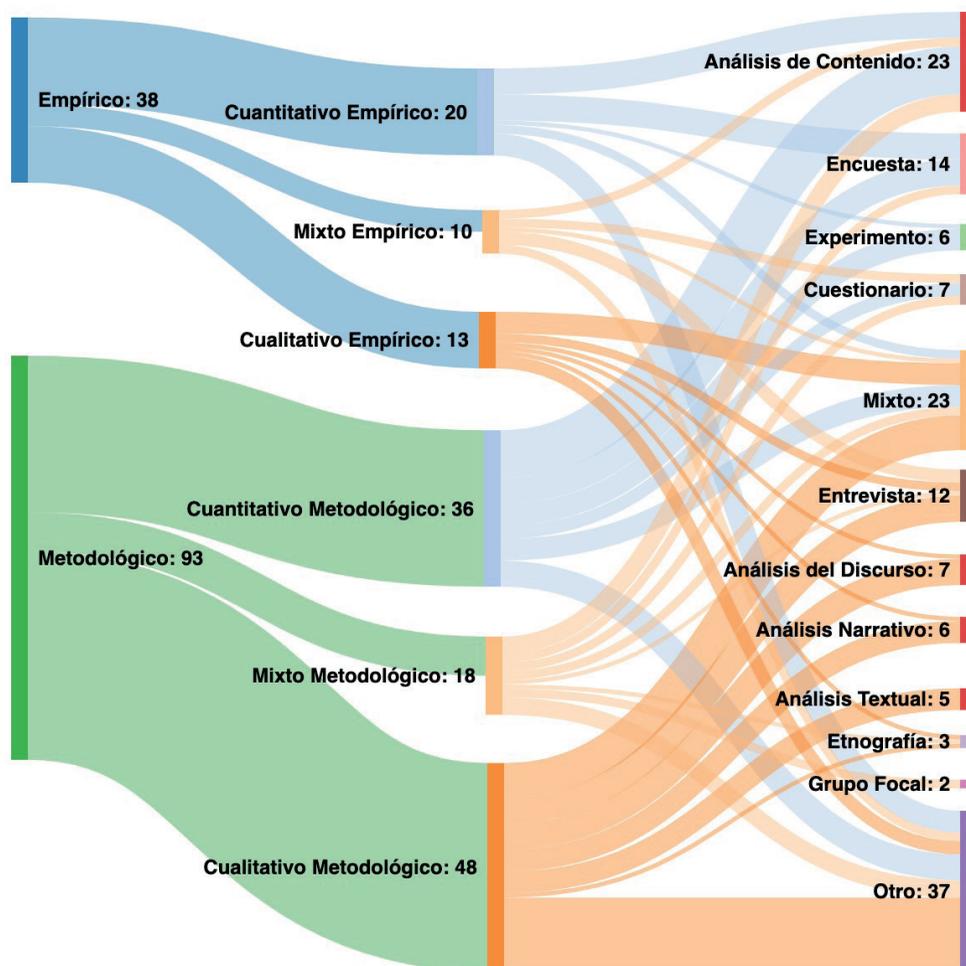
Figura 5: Distribución del enfoque metodológico respecto a los énfasis de estudios de medios y las tradiciones teóricas de la comunicación



Fuente: elaboración propia.

Observamos una tendencia en la publicación de artículos de tipo metodológico (46,5%) y empírico (34,5%) que marcan una amplia diferencia frente al teórico-ensayístico (19%). En ese sentido, el enfoque cualitativo está presente en el 46.6% de los artículos tipo 1 y 2, el cuantitativo el 42.7% y mixto el 10.7%. Para concluir, se analizaron los enfoques y métodos de investigación que han predominado en relación con las tradiciones teóricas y los énfasis del estudio de medios (Figura 6).

Figura 6: Distribución de tipos de artículos desde el enfoque metodológico respecto con los métodos utilizados



Fuente: elaboración propia.

En general, el análisis de contenido es el método más utilizado (41%), seguido por la encuesta (25%) y la entrevista (19.6%), mientras que la aplicación de métodos mixtos en el enfoque cuantitativo representa el 10.7% y en el cualitativo el 26.2%, lo que demuestra una mayor triangulación en este último enfoque.

4. Discusión y conclusiones

El mundo de la producción científica en televisión pública está centralizado por países occidentales de Europa y América del Norte y tiene una participación mínima desde una periferia compuesta por otros países y regiones, especialmente, América Latina. Esto podría articularse con los resultados del estudio planteado por Mosbah-Natanson y Gingras (2013), quienes evidencian la centralidad desde donde se produce el conocimiento en Ciencias Sociales, representado en América del Norte y Europa, con cerca del 90% de la producción global compilada en la *SSCI* en las tres últimas décadas y en la misma tendencia de las publicaciones en ciencias naturales (Glänzel, Debackere & Meyer, 2008).

En esa línea, los autores de España son los más interesados en indagar por la televisión (Piñeiro-Naval & Morais, 2019), para este caso, la producción, los contenidos y las audiencias de la televisión pública, en especial, la TVE y la BBC, siendo además, los objetos de estudio más atractivos para los académicos. De esta forma, son las universidades del país ibérico las que tienen mayor participación en el número de publicaciones, ya que entre las cinco primeras suman un total de cuarenta. De otro lado, los temas de estudio más recurrentes son la historia, identidad, participación y diversidad cultural. Para abordarlos, los autores han optado por citar referentes con reconocimiento en el entorno académico en sus respectivos campos de trabajo, por ejemplo, Enrique Bustamante en la economía política, Henry Jenkins en la convergencia de medios, Pierre Bourdieu en las esferas públicas o Stuart Hall con la representación e identidad cultural.

Los hallazgos permiten constatar la existencia de una concentración de autores que pertenecen a los países que comprenden el continente europeo, ya que además se resalta el hecho de que no hay autores ni instituciones

del continente africano que hayan publicado en las bases de datos aquí analizadas, demostrando así que es desde Europa y Estados Unidos donde se genera una mayor influencia en el desarrollo conceptual y metodológico sobre la televisión pública. De esta forma, la producción de conocimiento en la televisión pública se limita a los puntos de vista que emergen desde el primer mundo.

En cuanto a la relación entre el énfasis del estudio de medios (Valdivia, 2006) y las tradiciones teóricas (Craig, 1999, 2015) encontramos que los autores optaron por abordar los énfasis desde las posturas ya conocidas en el entorno académico. Por ejemplo, el énfasis de la *producción* desde la tradición *sociocultural, crítica y cibernética*; el *contenido*, desde la *sociocultural, retórica y semiótica*; las *audiencias*, a partir de las teorías de la tradición *sociocultural*; y los *efectos*, desde la tradición *sociopsicológica*. En este apartado, resaltamos dos hechos. El primero es que no hay ninguna publicación dirigida a partir de la tradición *fenomenológica* y el segundo gira alrededor de la importancia transversal del énfasis de *contenidos*, ya que es el único con presencia en cinco tradiciones diferentes: *retórica, semiótica, cibernética, sociocultural y crítica*.

De otro lado, destacamos el equilibrio de la cantidad de artículos de tipo empírico y metodológico con enfoques de investigación cualitativo (61) y cuantitativo (56), así como la elección de métodos tradicionales como el análisis de contenido, la encuesta o la entrevista. Desde la investigación cualitativa se llevan a cabo las indagaciones empíricas con énfasis en *producción y contenido* y con fundamentos teóricos de las tradiciones *crítica y sociocultural*, mientras que a partir del enfoque cuantitativo se desarrollan los estudios de *audiencias y efectos* con las teorías de la tradición *sociopsicológica*. De igual forma, debemos resaltar la cantidad de indagaciones realizadas con dos o más métodos del mismo enfoque, lo que demuestra una búsqueda constante de confiabilidad y validez interna por parte de los autores al momento de hacer el análisis de los resultados, en especial, en el enfoque cualitativo.

Las limitaciones que encontramos en este trabajo se centran en la muestra reducida que se obtuvo a partir de las publicaciones en *Web of Science* y que algunos autores tienen una nacionalidad diferente respecto a su afiliación institucional, un tema que pudo cambiar los porcentajes de la presencia de otros países. Para futuros estudios recomendamos ampliar el universo a otras bases de datos internacionales como Scopus, Redalyc o Latindex; incluir la nacionalidad de los coautores; y aplicar esta metodología a otros medios públicos como la radio o la televisión comunitaria.

Finalmente, hacemos un llamado a los autores internacionales en el campo de la televisión para que presten más atención a la televisión pública y todo lo que deriva de ella, por lo que es importante indagar y documentar, como lo afirma McQuail (2000), el rol de este servicio público, su valor como bien común, la influencia que ejerce en la sociedad con sus funciones sustantivas de entretener y educar, las formas de representar a los grupos minoritarios, la cobertura y el acceso por parte de las audiencias, las relaciones de poder y la influencia del Estado, el uso y la apropiación tecnológica mediante los sistemas satelitales, las consecuencias y retos que plantean los modelos de consumo actuales y, por qué no, aproximarse a la parte humana de los creativos y la audiencia a partir de la tradición *fenomenológica*, con seguridad se hallarán nuevos planteamientos teóricos, metodológicos y conceptuales.

Por último, hay regiones como África con países como Zimbabwe, Nigeria o Uganda donde existen sistemas de radiodifusión pública para que los académicos centren su mirada desde allí. La misma invitación se extiende para que los investigadores en América Latina con países como México, Colombia o Argentina, continúen con el compromiso, iniciado durante el último periodo, de divulgar las dinámicas que presentan los canales de televisión pública tanto nacionales como regionales y locales.

5. Referencias bibliográficas

- Allan, K. (2016). *The Routledge Handbook of Linguistics*. London & New York: Routledge.
- Azurmendi, A., & Muñoz-Saldaña, M. (2016). Audience participation in regional public television: A proposal that looks the 2016 reform of the BBC. *Profesional de La Información*, 25(5), pp. 803–813. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.sep.11>
- Blumler, J. G. (2015). Core Theories of Political Communication: Foundational and Freshly Minted. *Communication Theory*, 25(4), pp. 426–438. <https://doi.org/10.1111/comt.12077>
- Bryant, J., & Miron, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of Communication*, 54(4), pp. 662–704. <https://doi.org/10.1093/joc/54.4.662>
- Bryant, J., & Oliver, M. B. (2009). *Media Effects. Advances in Theory and Research* (3th ed.). New York & London: Routledge.
- Castillo, A., & Carretón, M. (2010). Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España. *Comunicación y Sociedad*, 23(2), pp. 289–327.
- Chen, A. H. C., Tsaih, R. H., & Chou, S. K. (2009). Profiling interactive television research: A bibliometric review. *Proceedings of the International Conference on Electronic Business (ICEB)*, (June), pp. 546–553.
- Cho, Y., & Daim, T. (2016). OLED TV technology forecasting using technology mining and the Fisher-Pry diffusion model. *Foresight*, 18(2), pp. 117–137. <https://doi.org/10.1108/FS-08-2015-0043>

- Clegg, S. R., & Haugaard, M. (2009). *The Sage Handbook of Power*. Los Ángeles, London, New Delhi, Singapore & Washington DC: Sage Publications.
- Craig, R. T. (1999). Communication Theory as a Field. *Communication Theory*, 9(2), pp. 119–161.
- Craig, R. T. (2015). The Constitutive Metamodel: A 16-Year Review. *Communication Theory*, 25, pp. 356–374. <https://doi.org/10.1111/comt.12076>
- Creeber, G., Miller, T., & Tulloch, J. (2008). *The Television Genre Book* (2nd ed.). London: Palgrave Macmillan.
- Downing, J. D. (2004). *The Sage Handbook of Media Studies*. Thousand Oaks, London & New Delhi: Sage Publications.
- Flowerdew, J., & Richardson, J. E. (2018). *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies*. London & New York: Routledge.
- Glänzel, W., Debackere, K., & Meyer, M. (2008). “Triad” or “tetrad”? on global changes in a dynamic world. *Scientometrics*, 74(1), pp. 71–88. <https://doi.org/10.1007/s11192-008-0104-5>
- Guo, F., Ye, G., Hudders, L., Lv, W., Li, M., & Duffy, V. G. (2019). Product Placement in Mass Media: A Review and Bibliometric Analysis. *Journal of Advertising*, 48(2), pp. 215–231. <https://doi.org/10.1080/00913367.2019.1567409>
- Gutiérrez-González, C., & González-Pardo, R. (2019). Entre tradiciones e hipermediaciones: una reflexión para la comunicación digital. *Dixit*, (30), pp. 98–107. <https://doi.org/10.22235/d.v0i30.1793>
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch Comunicación.
- Kamhawi, R., & Weaver, D. (2003). Mass communication trends from 1980 to 1999. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(1), pp. 7–27.
- Kolker, R. (2008). *The Oxford Handbook of Film and Media Studies*. Oxford: Oxford University Press.
- Li, S., & Tang, S. (2012). Asian Journal of Communication Mass communication research on China from 2000 to 2010: a meta-analysis. *Asian Journal of Communication*, 22(4), pp. 405–427. <https://doi.org/10.1080/01292986.2012.681668>
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de comunicación de masas* (3th ed.). Barcelona, Buenos Aires & México: Paidós Comunicación.
- Molina Rodríguez-Navas, P., Simelio Solà, N., & Ibarz Gelabert, J. (2013). Televisión, cine y publicidad, fuentes desconocimiento del pasado y del presente. *Historia y Comunicación Social*, 18(2013), pp. 461–471. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44342
- Mosbah-Natanson, S., & Gingras, Y. (2013). The globalization of social sciences? Evidence from a quantitative analysis of 30 years of production, collaboration and citations in the social sciences (1980–2009). *Current Sociology*, 62. <https://doi.org/10.1177/0011392113498866>
- Navarro, M., & Martín, M. (2013). Bibliometric analysis of research on women and advertising: Differences in print and audiovisual media. *Comunicar*, 21(41), pp. 105–114. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-10>
- Paz-Enrique, L. E., & Hernández-Alfonso, E. A. (2017). VISUAL METRIC: guía metodológica para el análisis métrico de materiales audiovisuales. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 28(1), pp. 38–61. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5209/CDMU.55519>
- Perren, A., & Schatz, T. (2015). Theorizing television’s writer-producer: Re-viewing the producer’s medium. *Television and New Media*, 16(1), pp. 86–93. <https://doi.org/10.1177/1527476414552907>
- Piñero-Naval, V., & Morais, R. (2019). Study of the academic production on communication in Spain and Latin America. *Comunicar*, 27(61). <https://doi.org/10.3916/c61-2019-10>
- Piñero-Otero, T. (2015). Los “Radio Studies” en España. Tres décadas de investigación en las revistas académicas de Comunicación. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 21(2), pp. 1169–1188. <https://doi.org/10.5209/rev-ESMP.2015.v21.n2.50909>
- Piñero-Otero, T. (2016). La radio en la investigación comunicativa en España: Una línea minoritaria para un medio mayoritario. *Signo y Pensamiento*, 35(69), pp. 30–48. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-69.rice>
- Repiso, R., Torres, D., & Delgado, E. (2011). Análisis bibliométrico y de redes sociales en tesis doctorales españolas sobre televisión (1976/2007). *Comunicar*, 18(37), pp. 151–159. <https://doi.org/10.3916/C37-2011-03-07>
- Repiso, Rafael, Torres Salinas, D., & Delgado, E. (2016). Análisis de la relación entre disciplinas a través del uso de tesis doctorales. El caso de Televisión, Radio, Cine y Fotografía en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), pp. 874–890. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1125>
- Riffé, D., Lacy, S., & Fico, F. (2014). *Analyzing media messages. Using quantitative content analysis in research* (Third edit). New York: Routledge.
- Shields, S. O., & Bren, B. R. (1997). A bibliometric analysis of scholarly articles pertinent to radio studies. *Journal of Radio Studies*, 4(1), pp. 60–72. <https://doi.org/10.1080/19376529709391683>
- Shim, J., & Park, J. H. (2015). Scholarly uses of TV content: Bibliometric and content analysis of the information use environment. *Journal of Documentation*, 71(4), pp. 667–690. <https://doi.org/10.1108/JD-04-2014-0062>
- Torre Espinosa, M., Repiso, R., & Montero Díaz, J. (2019). Factor de Impacto y comportamiento bibliométrico de las revistas de “Film, Radio & Television” de Web of Science. *Revista Española de Documentación Científica*, 42(3), pp. 1–19. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2591932>
- Valdivia, A. N. (2006). *A Companion to Media Studies*. Malden, Oxford & Carlton: Blackwell Publishing.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), pp. 523–538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- Van Manen, M. (2016). *Writing in the Dark. Phenomenological Studies in Interpretive Inquiry*. New York: Routledge.

- Wetherell, M., & Talpade Mohanty, C. (2010). *The Sage Handbook of Identities*. Los Ángeles, London, New Delhi, Singapore & Washington DC: Sage Publications.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2010). *Mass media research: An introduction*. Boston: Wadsworth.