



HAL
open science

Análisis bibliométrico de las tesis doctorales sobre Ética de los Medios de Comunicación presentadas en España (1979-2013)

Jesús Díaz-Campo

► **To cite this version:**

Jesús Díaz-Campo. Análisis bibliométrico de las tesis doctorales sobre Ética de los Medios de Comunicación presentadas en España (1979-2013). *Doxa Comunicación*, 2015, 20, pp.65-88. hal-01326605

HAL Id: hal-01326605

<https://hal.science/hal-01326605>

Submitted on 4 Jun 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Análisis bibliométrico de las tesis doctorales sobre Ética de los Medios de Comunicación presentadas en España (1979-2013)

Bibliometric Analysis Applied to Media Ethics Dissertations Presented in Spain (1979/2013)

Jesús Díaz Campo. Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)

Recibido: 18-IX-2013 - Aceptado: 3-XII-2014

Resumen:

Esta investigación analiza las tesis doctorales sobre Ética de los Medios de Comunicación defendidas en las universidades españolas en el periodo 1979-2013. Para localizar las tesis se ha utilizado principalmente la base de datos Teseo, pero también se han consultado otras fuentes. El número de tesis analizadas en el periodo estudiado asciende a 75 títulos. La metodología empleada es el análisis bibliométrico. Los resultados describen la producción según quinquenios, idioma de la tesis, sexo del doctorado, universidades y facultades de lectura, tribunales y temática estudiada. Asimismo, los resultados muestran un incremento constante del número de tesis y que la universidad más productiva es la Complutense. Por categorías temáticas, los trabajos más numerosos son los que abordan cuestiones relacionadas con la verdad, la responsabilidad y la autorregulación.

Palabras clave:

Tesis doctorales: ética de los medios de comunicación, deontología, bibliometría, universidades españolas.

Abstract:

This study analyses the production of doctoral thesis on Media Ethics which have been defended in Spain over the period 1976-2008. The TESEO database has been used to search the data, although other sources have been consulted. The total number of dissertations produced during the studied period was 75. Bibliometric analysis techniques have been used in order to analyze the data. Results show the production of thesis by time period, theses languages, PhD candidate genres, universities and faculties, theses advisors, examination board members and topic of research. Moreover, results show a constant increase in the number of theses and that Complutense University is the most productive one. Truth, responsibility and selfregulation are the most common topics.

Keywords:

Doctoral thesis: media ethics, deontology, bibliometry, Spanish universities.

1. Introducción

Una tesis doctoral se puede considerar como el primer gran trabajo científico que se lleva a cabo en el transcurso de una trayectoria investigadora y representa al mismo tiempo la culminación de un largo proceso de aprendizaje. Uno de los factores más determinantes a la hora de realizar una tesis es la inexperiencia de su autor, motivo por el cual ha de ser guiado durante el proceso de elaboración por el director, quien debe ser un experto en la materia de investigación, además de conocer en profundidad la metodología más apropiada para poder llevarla a cabo.

Otros dos elementos que deben caracterizar una tesis doctoral son su especialización y su originalidad, esto es, se trata de un trabajo de investigación que debe aportar nuevos conocimientos a la comunidad científica. De hecho, tanto esa novedad como, en general, el rigor y la calidad del trabajo realizado son evaluados por un tribunal compuesto por expertos en la materia de investigación y cuya principal misión es certificar todos esos aspectos. Asimismo, la tesis doctoral suele marcar habitualmente la línea o al menos una de las líneas de investigación que el autor seguirá en el futuro. De hecho, una vez defendida, lo más probable es que trate de difundirla a través de artículos o comunicaciones.

Por todo ello las tesis doctorales constituyen una fuente idónea para tratar de caracterizar la investigación que se está llevando a cabo en un campo concreto y para analizar las diversas líneas y/o tendencias que se manifiestan en él, así como para conocer cuáles son sus rasgos característicos, su evolución y su grado de consolidación, entre otros aspectos.

Pues bien, esta investigación tiene como objetivo principal recopilar y analizar los datos estadísticos fundamentales relativos a la producción de tesis doctorales sobre Ética de los Medios de Comunicación defendidas en España en el periodo 1979-2013. Para ello se emplea como herramienta metodológica el análisis bibliométrico, es decir, la aplicación de técnicas cuantitativas para estudiar las características bibliográficas de todas esas tesis doctorales.

Los trabajos que estudian las tesis doctorales defendidas en España son numerosos y la mayoría de ellos están clasificados en el estudio de Fuentes y Arguimbau (2010) que identifica hasta un total de 18 áreas temáticas distintas cuya producción de tesis doctorales en España ha sido igualmente estudiada y caracterizada. Algunas de estas áreas temáticas están directamente relacionadas con el campo de la Comunicación, como son las relativas a la Publicidad (Martínez Pestaña, 2004) y a las Relaciones Públicas (Castillo y Xifra, 2006; Xifra y Castillo, 2006).

Asimismo, conviene mencionar otros trabajos de corte similar, posteriores al estudio de Fuentes y Arguimbau e igualmente enmarcados en el área de la Comunicación, como son los dedicados al estudio de las tesis doctorales sobre Publicidad (Marcos Recio, Martínez Pestaña y Blasco López, 2012; Martínez Pestaña, 2011a y 2011b); Televisión (Repiso, Torres y Delgado, 2011); Radio (Repiso, Torres y Delgado, 2012); y Cine (Repiso, Delgado y Torres, 2004; Repiso, Torres-Salina y Delgado López-Cózar, 2013).

Por supuesto, en un trabajo de estas características no se puede obviar la figura de Daniel Jones, cuya labor para medir y analizar la investigación en Comunicación se tradujo en un buen número de artículos y libros de entre los cuales resulta de especial interés su análisis sobre las tesis doctorales sobre comunicación defendidas en España entre 1926 y 1998 (Jones et al, 2000), una obra que, como se explicará más adelante en el apartado metodológico, ha servido para subsanar las carencias existentes en algunas de las principales bases de datos consultadas para realizar esta investigación.

Existen también diversos estudios sobre las tesis doctorales en el campo de la Comunicación pero circunscritos a una comunidad autónoma o a ámbitos geográficos más concretos, como son por ejemplo los de Jones y Baró sobre Cataluña (1997); Landa Montenegro sobre el País Vasco (2004); y Arboledas Márquez y Herrero Solana referido a las universidades de Sevilla y Málaga (2013).

En cuanto a la Ética de los Medios de Comunicación, no existe ningún trabajo descriptivo sobre su investigación en España. Sí que conviene mencionar la recopilación bibliográfica sobre la disciplina llevada a cabo por Barroso (2001) y que, si bien no se limita a las tesis doctorales y tampoco a las obras publicadas en España, supone sin duda una interesante fuente de consulta para este trabajo. Lo mismo cabe decir de la propuesta formulada por Alsius (2011) para la creación de una base de datos sobre Ética Periodística clasificada por áreas temáticas.

La Ética de los Medios de Comunicación también ocupa algún apartado específico, como un área temática más, en varios de los estudios anteriormente mencionados, con una constante que se repite en todos ellos: el porcentaje relativamente bajo de tesis defendidas sobre esta disciplina. Así, Jones et al (2000) localizaron tan sólo 15 tesis dedicadas a la Ética, sobre un total de 1.550 trabajos clasificados (es decir, algo menos del 1% del total), uno de los datos que más llama la atención de uno de los encargados de reseñar la obra (Rodríguez Virgili, 2001).

Algo parecido sucede en el estudio de Castillo y Xifra (2006) sobre Relaciones Públicas, que menciona tres tesis doctorales bajo el epígrafe Ética y Responsabilidad Social, lo que equivale a un 4,61% del total de 62 trabajos analizados en esa investigación. Por su parte, ninguno los trabajos monográficos dedicados a Televisión (Repiso, Torres y Delgado, 2011), Radio (Repiso, Torres y Delgado, 2012) y Cine (Repiso, Delgado y Torres, 2004; Repiso, Torres-Salina y Delgado López-Cózar, 2013) realiza una clasificación temática de las tesis localizadas en cada una de los casos.

Lo mismo ocurre en varios de los trabajos que estudian la producción de tesis doctorales sobre Publicidad (Marcos Recio, Martínez Pestaña y Blasco López, 2012; Martínez Pestaña, 2011a y 2011b). Mientras, la tesis doctoral de Martínez Pestaña (2011a), que analiza la investigación sobre Publicidad en España en el periodo comprendido entre 1971 y 2001, sí que agrupa los trabajos por categorías temáticas, entre las cuales no incluye “Ética”. No obstante, ese trabajo no sólo se refiere a las tesis doctorales, sino que también analiza monografías y artículos, en cuyas clasificaciones por categorías temáticas sí que aparece “Ética”. En concreto, la autora localiza dos monografías (2011a: 169) y 15 artículos (2011a: 274).

Por último, en cuanto a las investigaciones que se centran en comunidades autónomas o en universidades concretas, la de Landa Montenegro (2005) clasifica las tesis doctorales en función del medio de comunicación de masas estudiado, pero por no por áreas temáticas. Por su parte, ni el trabajo de Jones y Baró sobre Cataluña (1997), ni el de Arboledas Márquez y Herrero Solana centrados en las universidades de Sevilla y Málaga (2013), recogen el campo “Ética” en sus clasificaciones temáticas, pero sí que incluyen algunas bajo el epígrafe “Filosofía”. En ambos casos la cifra es igualmente baja, con cuatro trabajos en el caso de las tesis defendidas en Cataluña, y dos entre las presentadas en las dos universidades andaluzas.

En ese sentido, este trabajo de investigación servirá, entre otras cosas, para comprobar si se ha hecho realidad el deseo que formula Rodríguez Virgili (2001) al reseñar el trabajo de Jones et al, y referido también al escaso número de trabajos realizados sobre Teoría de la Comunicación: “Al contar ya con una herencia académica sólida y con la entrada en el siglo XXI, parece llegado el momento de presentar un mayor número de tesis teóricas específicas de comunicación y abordar sin complejos cuestiones de ética o deontología”.

2. Material y métodos

La eclosión de Internet ha facilitado tremendamente el acceso y difusión las tesis doctorales que hasta hace un tiempo formaban parte de la denominada literatura gris. En el caso concreto de España, la fuente de información principal es la base de datos bibliográfica TESEO, dependiente del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y accesible de forma gratuita a través de Internet.

De hecho, la presente investigación tenía como objeto de estudio inicial las tesis doctorales sobre Ética de los Medios de Comunicación defendidas en España desde 1976, primer año del que TESEO recopila datos. Sin embargo, la primera tesis localizada data de 1979, motivo por el cual ese es el año que se ha tomado como punto de partida para analizar los resultados.

No obstante, como también señalan diversos estudios (Fuentes y Arguimbau, 2010; Martínez Pestaña, 2004, 2011a y 2011b; Repiso, Delgado y Torres, 2004; Repiso, Torres y Delgado, 2011 y 2012), TESEO no es ni mucho menos una base de datos exhaustiva, y su fiabilidad depende, entre otros factores, del rigor y la precisión con la que los doctorandos y los tribunales cumplimentan los diversos formularios. Por ello, es aconsejable tener en cuenta que el uso acrítico de esta fuente puede conducir a diagnósticos errados (Delgado, Torres, Jiménez y Ruiz-Pérez, 2006).

De hecho, entre los errores e inexactitudes encontrados a la hora de realizar la búsqueda en TESEO se pueden mencionar los siguientes:

- Omisiones de algunas tesis doctorales. Si bien es cierto que en algunas de ellas, correspondientes a trabajos defendidos en 2012 o 2013, su ausencia obedece a que los registros todavía no se han actualizado, se ha comprobado que en otros casos faltan tesis leídas ya hace algunos años.

- Ausencia del dato del director y/o del tribunal en varias de las tesis doctorales.
- Errores en los nombres de algunos directores.
- Falta del dato referente al departamento de lectura en muchos de los registros.
- Inexactitudes en el día y mes de lectura. En un gran número de las tesis registradas por TESEO aparece como fecha por defecto el 1 de enero del año correspondiente, a pesar de que la tesis realmente ha sido defendida en otro día distinto.

Por todo ello, se complementó la búsqueda con la consulta de otras bases de datos como Dialnet, REBIUN, CISNE, Tesis Doctorales en Red (TDX), el portal de la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, el buscador Mastesis y las bases de datos específicas de tesis doctorales del resto de bibliotecas pertenecientes a universidades que cuentan con estudios de Comunicación. Finalmente se contrastaron los datos obtenidos con las tesis recopiladas por Daniel E. Jones et al (2000) y referidas, como ya se ha dicho, al periodo comprendido entre 1926 y 1998.

Como resultado de estas búsquedas, se localizaron 12 tesis doctorales sobre Ética de los Medios de Comunicación que no aparecen en TESEO y, si bien es previsible que algunas de ellas se registren en la base de datos próximamente debido a su reciente lectura, no ocurre lo mismo en otros casos cuya defensa fue bastante anterior en el tiempo. En este sentido, la base de datos REBIUN resultó de especial utilidad para localizar aquellas tesis de lectura más reciente.

Asimismo, la búsqueda en los catálogos de las bibliotecas universitarias en los que están depositadas las tesis hizo posible que se recuperara el dato del director y del departamento de lectura en todos los casos en los que no constaba. A través de esa misma vía se subsanaron buena parte de las imprecisiones relativas a las fechas. No ocurrió lo mismo con la información referente al tribunal evaluador, un dato muy complicado de recuperar si no se encuentra en la referencia de TESEO.

Como señalan Fuentes y Arguimbau (2010: 66), las dimensiones de análisis más comunes en este tipo de análisis son los indicadores temáticos (disciplinas y áreas de estudio) y los de productividad (directores, tribunales, años, universidades y centros de lectura). Otras variables que se estudian en los trabajos examinados son el idioma de lectura o el sexo de los doctorandos. Asimismo, el trabajo de Jones et al (2000) incorpora otro apartado que se ha considerado interesante para esta investigación: determinar qué medio/s de comunicación es/son el objeto de estudio de la tesis.

Por ello, en la base de datos creada para llevar a cabo la presente investigación se insertó la siguiente información:

1. Nombre completo del autor
2. Sexo del autor
3. Título completo de la tesis doctoral

4. Año de lectura
5. Universidad en la que tuvo lugar la lectura
6. Departamento y/o facultad en la que se leyó la tesis
7. Director o directores de la tesis
8. Miembros del tribunal
9. Clasificación temática
10. Medio de comunicación objeto de estudio
11. Idioma en el que está escrito
12. Presencia o no en la base de datos Teseo

El criterio de selección de las tesis a partir de las bases de datos, basado en principio en parámetros estrictamente lingüísticos, dio paso después a elementos más analíticos. De este modo, se seleccionaron tesis cuyo título, resumen y/o descriptores englobaban términos como “ética”, “deontología” o “autorregulación”, “verdad”, “objetividad”, “responsabilidad”, “sensacionalismo” o “manipulación” asociados a otros términos como “medios de comunicación”, “periodismo”, “prensa”, “televisión”, “radio”, “publicidad” o “internet”.

En un segundo análisis se descartaron aquellos trabajos en los que se consideró que la Ética de los Medios de Comunicación se estudiaba tangencialmente, esto es, trabajos en los que por ejemplo se analiza el proceso de producción de la noticia y uno de los capítulos aborda las cuestiones éticas. Sí que se seleccionaron, por el contrario, aquellos trabajos en los que por ejemplo se estudia la cláusula de conciencia o la intimidad tanto desde el punto de vista legal como desde la perspectiva ética, otorgando una importancia significativa a ambas perspectivas. Para ello fue necesaria la consulta del índice e incluso del texto completo de la tesis, una labor mucho más fácil y menos costosa en tiempo y dinero gracias a que gran parte de ellas son accesibles por Internet.

Aún reconociendo que la muestra final puede contener un cierto grado de subjetividad, pensamos que es igualmente representativa de las principales tendencias desarrolladas en el estudio de la Ética de los Medios de Comunicación en las universidades españolas durante el periodo analizado.

En definitiva, si bien no se puede asegurar que la cifra de tesis identificadas coincida con el número exacto de tesis sobre Ética de los Medios de Comunicación defendidas en las universidades españolas entre 1979 y 2013, principalmente por los defectos hallados en la cobertura de las bases de datos, sí que se puede afirmar que las tesis finalmente recuperadas con

suficientemente representativas y sirven para comprobar cuál ha sido la tendencia en su producción, puesto que la búsqueda realizada ha sido realmente exhaustiva y se ha contrastado además con diversos trabajos.

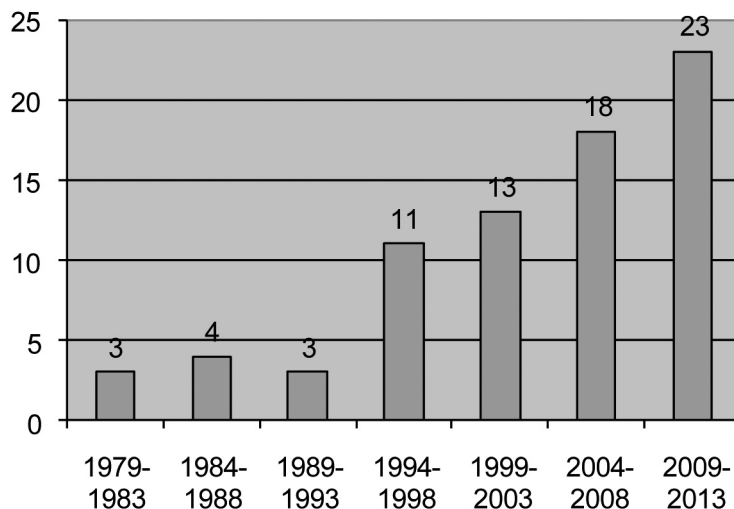
3. Resultados

La presente investigación abarca un periodo temporal de 35 años, desde 1979 a 2013. Por ello, para una mejor comprensión de los resultados, en especial de algunos de sus apartados, se ha distribuido ese plazo de tiempo en siete quinquenios.

3.1. Evolución de la producción global

El número total de tesis doctorales sobre Ética de los Medios de Comunicación defendidas en España desde 1979 hasta 2013 asciende a 75. Los registros completos de todas ellas pueden encontrarse en un anexo al final de este documento. La evolución por quinquenios (Cuadro 1) muestra un crecimiento prácticamente constante en la producción, con la excepción del ligero descenso registrado en el quinquenio 1989-1993 respecto al periodo anterior. El primer incremento significativo se produce a partir de mediados de los años 90, en una tendencia al alza que se consolida en el quinquenio 2004-2008, con 18 tesis; y sobre todo en el periodo 2009-2013, que acumula casi un tercio del total de tesis producidas. Mientras, por años, el más prolífico hasta ahora ha sido 2005, con siete tesis leídas, seguido de 2011, con seis.

Cuadro 1: Evolución de las tesis doctorales sobre Ética de los Medios de Comunicación defendidas en España por quinquenios: 1979-2013



Fuente: Elaboración propia

3.2. Idioma de las tesis y sexo de los autores

El idioma en el que se publica una investigación es un factor determinante a la hora de divulgarla, una tarea que será más sencilla en la medida en la que el trabajo esté escrito en una lengua común a un mayor número de hablantes. El castellano es el idioma predominante en las tesis analizadas, ya que 72 de ellas (96%) han sido escritas en esa lengua, mientras que el gallego fue el idioma utilizado en otras dos (2,67%) y el catalán en una (1,33%). Las dos tesis en gallego se han defendido en la Universidad de Santiago de Compostela, y la tesis en catalán en la Universidad Pompeu Fabra.

Por otro lado, los hombres representan el 53,3% de las autorías de las tesis producidas, frente al 46,7% de las mujeres. El porcentaje de autoras supone un ligero incremento respecto a otros estudios similares, en los que los hombres tenían una presencia porcentual mayor (Castillo y Xifra, 2006; Repiso, Delgado y Torres, 2012). La distribución por quinquenios (Cuadro 2) tampoco revela grandes diferencias entre unos y otras y muestra, a excepción del periodo 1989-1998 en el que sí hay un claro predominio de los hombres, un equilibrio prácticamente constante. Ésta es otra de las diferencias con algunas investigaciones precedentes, que muestran una mayoría clara de autores en los primeros periodos y una tendencia claramente al alza en la presencia de autoras, hasta llegar a liderar la tabla con claridad en los últimos años (Castillo y Xifra, 2006; Repiso, Delgado y Torres, 2012), algo que en este análisis no sucede de manera tan acusada

Cuadro 2: Producción de las tesis según el sexo de los autores por periodos

Periodo	Hombres	Mujeres
1979-1983	2	1
1984-1988	2	2
1989-1993	3	0
1994-1998	7	4
1999-2003	6	7
2004-2008	9	9
2009-2013	11	12

Fuente: Elaboración propia

3.3. Universidades y centros de lectura

Las tesis localizadas se han defendido en 18 universidades (Cuadro 3). A la cabeza de todas ellas está la Universidad Complutense de Madrid (41,33%). A gran distancia se encuentra la Universidad de Navarra (14,67%) y entre las dos engloban más de la mitad de la producción total. No parece ser casualidad que estas dos universidades son dos de las tres primeras

que implantaron los estudios de Comunicación en España. En tercer lugar se sitúa la Universidad de La Laguna (5,33%) y el resto de universidades acogen tres o menos tesis doctorales.

Llama la atención la cifra tan baja de algunos de los centros históricos en cuanto a estudios de Comunicación en nuestro país, en especial la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad del País Vasco. Por el contrario, destaca la presencia en la tabla de otras universidades relativamente “jóvenes” en cuanto a la Comunicación se refiere, como la Universidad Jaume I de Castellón, con tres tesis doctorales, y la presencia de universidades que no ofrecen estudios de ese tipo, ni de grado ni de Doctorado, pero en la que también se investiga sobre esta materia desde otras disciplinas, como ocurre por ejemplo en la UNED.

La Universidad Complutense también lidera la clasificación en seis de los siete quinquenios analizados y muestra un crecimiento más o menos sistemático hasta llegar al último periodo estudiado (2009-2013). Mientras, el periodo más fructífero en la Universidad de Navarra en cuanto a tesis doctorales sobre Ética de los Medios de Comunicación coincide en buena medida con los años correspondientes a la década de los 90. Finalmente, buena parte del resto de universidades, cuyos estudios de Comunicación se han implantado más tardíamente y que por tanto cuentan con una menor tradición, concentran su producción en los últimos quinquenios.

Cuadro 3: Tesis defendidas por periodos. 1979-2013

Universidad	Nº tesis	% tesis	Nº tesis defendidas por quinquenios						
			1979/ 1983	1984/ 1988	1989/ 1993	1994/ 1998	1999/ 2003	2004/ 2008	2009/ 2013
Complutense Madrid	31	41,33%	2	3	1	5	5	11	4
Navarra	11	14,67%	0	1	2	3	4	0	1
La Laguna	4	5,33%	0	0	0	1	0	1	2
CEU San Pablo	3	4%	0	0	0	0	2	0	1
Jaume I Castellón	3	4%	0	0	0	0	0	2	1
Málaga	3	4%	0	0	0	0	0	1	2
Sevilla	3	4%	0	0	0	1	0	0	2
Autónoma Barcelona	2	2,67%	1	0	0	0	1	0	0
Católica Murcia	2	2,67%	0	0	0	0	0	0	2
País Vasco	2	2,67%	0	0	0	0	1	1	0
Santiago Compostela	2	2,67%	0	0	0	0	0	0	2
Valencia	2	2,67%	0	0	0	0	0	1	1
Valladolid	2	2,67%	0	0	0	0	0	0	2

Fuente: Elaboración propia

Universidad	Nº tesis	% tesis	Nº tesis defendidas por quinquenios						
			1979/ 1983	1984/ 1988	1989/ 1993	1994/ 1998	1999/ 2003	2004/ 2008	2009/ 2013
Extremadura	1	1,33%	0	0	0	0	0	0	1
Girona	1	1,33%	0	0	0	0	0	0	1
Pompeu Fabra	1	1,33%	0	0	0	1	0	0	0
UNED	1	1,33%	0	0	0	0	0	1	0
Vigo	1	1,33%	0	0	0	0	0	0	1

Fuente: Elaboración propia

Por lo que respecta a la producción por facultades y departamentos, las tesis doctorales analizadas se distribuyen entre cuatro áreas diferentes, si bien la gran mayoría de investigaciones corresponde a estudios referidos a Ciencias de la Información y Comunicación (65 tesis, es decir, el 86,7%). En cuanto a las diez tesis doctorales restantes, cuatro de ellas han sido defendidas en facultades de Derecho (5,3%), otras cuatro en facultades de Filosofía (5,3%); y dos en facultades de Psicología (2,7%).

3.4. Dirección de las tesis doctorales

Un total de 68 directores han dirigido las 75 tesis doctorales sobre Ética de los Medios de Comunicación defendidas en España. 56 de ellos (es decir, el 82,3% del total) han dirigido una única tesis. En el Cuadro 4 se muestra a los profesores que han dirigido dos o más tesis. La mayoría de ellos pertenecen a la Universidad Complutense de Madrid o a la Universidad de Navarra, por lo que los dos centros con una mayor producción son los que también concentran a los directores más productivos. En el primer lugar de la lista se encuentra Porfirio Barroso Asenjo, curiosamente autor de la primera tesis doctoral sobre Ética de los Medios de Comunicación en España y que ha dirigido seis tesis. De hecho, es el único nombre que aparece tanto en la relación de autores como en la de directores (ver anexo).

Destaca igualmente la presencia del fallecido profesor de la Universidad de Navarra José María Desantes Guanter, especialista en Derecho de la Información, pero que también dedicó buena parte de su obra a la Ética, tanto a través de la publicación de varios libros y artículos, como con la dirección de tres tesis doctorales sobre la materia.

Cuadro 4: Directores con dos o más tesis dirigidas

Director	Nº tesis	Universidad
Barroso Asenjo, Porfirio	6	Complutense
Desantes Guanter, José María	3	Navarra
Antón Crespo, Margarita	2	Valladolid/La Laguna
Bel Mallen, Ignacio	2	Complutense
Casals Carro, María Jesús	2	Complutense
Corredoira Alfonso, Loreto	2	Complutense
De los Ángeles, Juan	2	Navarra
Farias Battle, Pedro	2	Málaga
García-Noblejas Liniers, Juan José	2	Navarra
Martínez Albertos, José Luis	2	Complutense
Orive Riva, Pedro	2	Complutense
Romero Rubio, Andrés	2	Complutense
Sinova Garrido, Justino	2	CEU

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, la única profesora que ha dirigido tesis doctorales en dos centros académicos diferentes es Margarita Antón Crespo, en las universidades de Valladolid y de La Laguna.

La codirección tampoco ha sido un fenómeno muy habitual, ya que de las 75 tesis, 64 cuentan con un único director, 10 han sido codirigidas y una de ellas tiene tres directores. Asimismo, hay que destacar que se trata de un fenómeno relativamente reciente, ya que la primera de la tesis codirigida data de 2006.

3.5. Presencia en tribunales y presidencia

En este apartado, conviene recordar en primer lugar que la información relativa a la composición del tribunal no se ha podido recuperar en 12 de las 75 tesis analizadas. El número de académicos presente en al menos en algún tribunal asciende a 313, de los que 45 (14,4%) han formado parte de dos o más tribunales y los 268 restantes (85,6%) han estado en uno. En el Cuadro 5 aparecen los profesores presentes en al menos tres tribunales o que han presidido al menos dos de ellos.

De acuerdo a los resultados, los académicos más solicitados para ser presidentes de los tribunales de las tesis doctorales analizadas han sido los profesores Javier Fernández del Moral, Francisco Vázquez Fernández y Teodoro González Balles-

teros, todos ellos de la Universidad Complutense de Madrid. En el caso de los dos primeros, su perfil académico-profesional puede ser uno de los motivos explicativos: Fernández del Moral fue decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM durante varios años; mientras que el profesor Vázquez, ya retirado, es, catedrático precisamente *de Ética* de la Información. Por su parte, la presencia de González Ballesteros, catedrático de Derecho de la Información, es un hecho que bien puede refrendar las conexiones tan evidentes en algunas áreas que existen entre dicha disciplina y la Ética de los Medios de Comunicación.

Cuadro 5: Profesores con al menos 3 presencias en tribunales o 2 presidencias

Nombre	Univ.	Presencias	Presidencias	Años primera y última presencia
Fernández del Moral, Javier	UCM	8	7	1987-2009
Vázquez Fernández, Francisco	UCM	6	2	1987-2004
González Ballesteros, Teodoro	UCM	5	3	1985-2007
Soria Saiz, Carlos	UNAV	5	1	1989-1999
Camps Cervera, Victoria	UAB	4	1	1981-2009
Davara Rodríguez, Francisco Javier	UCM	4	3	2004-2008
Martín García, Víctor	UPSA	4	0	2004-2011
Aguinaga López Enrique	UCM	3	1	1985-2002
Bel Mallen, Ignacio	UCM	3	0	2005-2007
Casasús Guri, Josep Maria	UPF	3	1	1996-2001
Diezhandino Nieto, Maria Pilar	UC3M	3	0	1987-2010
Núñez Ladeveze, Luís	CEU	3	2	2001-2011
Población Bernardo, José Ignacio	UCM	3	3	2003-2009
Seijas Candelas, Leopoldo	CEU	3	0	2004-2011
Ricarte Bescós, José María	UAB	2	2	2001-2003

UCM: Universidad Complutense de Madrid; UNAV: Universidad de Navarra; UAB: Universidad Autónoma de Barcelona; UPSA: Universidad Pontificia de Salamanca; UPF: Universidad Pompeu Fabra; UC3M: Universidad Carlos III de Madrid; CEU: Universidad San Pablo-CEU

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, llama la atención la presencia en esta tabla de profesores como Victoria Camps (Autónoma de Barcelona), Víctor Martín García (Pontificia de Salamanca), Josep María Casasús (Pompeu Fabra) o María Pilar Diezhandino (Carlos III), profesores procedentes de universidades con gran tradición pero, como se ha visto anteriormente con poca productivi-

dad en cuanto a la elaboración de tesis doctorales en este campo concreto. Sin embargo, es posible que su prestigio les haya llevado a ser requeridos por otras universidades para estar presentes en tribunales.

3.6. Categorías temáticas y medios analizados

En el Cuadro 6 pueden verse los términos que aparecen en los títulos de las 75 doctorales analizadas, su mayor o menor tamaño en la imagen está directamente relacionado con su frecuencia de aparición. Se trata de una nube de palabras que ha sido generada con el programa *Wordle*®.

Cuadro 6: Nube de palabras con los títulos de las tesis doctorales



Fuente: Elaboración propia

Para codificar temáticamente las tesis localizadas se establecieron seis categorías básicas. Las cuatro primeras fueron creadas a partir del Tesouro de la Ética Periodística elaborado por el Grupo Investigación en Periodismo de la Universidad Pompeu Fabra, a partir del análisis de los códigos y documentos deontológicos existentes en España y basado en los cuatro principios clásicos de veracidad, justicia, libertad y responsabilidad. El contenido de dicho tesouro puede consultarse en: http://www.eticaperiodistica.org/tesouro_esp.html.

Asimismo, el análisis del título, los descriptores y resumen de las tesis reveló otras dos líneas de investigación independientes de las categorías anteriores. Por un lado, el estudio de la autorregulación, esto es, de mecanismos como los códigos

deontológicos, los consejos de prensa o la figura del defensor del lector/oyente/espectador, entre otros. Por otro lado, se localizaron varias tesis sobre la enseñanza de la asignatura, que analizan cómo debe ser ésta y/o proponen diferentes métodos pedagógicos para su docencia.

Por tanto, las 75 tesis fueron codificadas de acuerdo a seis grandes apartados: veracidad, justicia, libertad, responsabilidad, autorregulación y enseñanza. Conviene advertir que se trata de categorías no excluyentes y que hay tesis doctorales encuadradas en dos o más categorías. Los resultados (Cuadro 7) revelan una clara primacía de tres de las categorías sobre las tres restantes: los principios de veracidad y responsabilidad y el estudio de la autorregulación.

Dentro de las 25 tesis relativas al principio de veracidad (33,3% del total) destacan sobre todo las que abordan aspectos como el sensacionalismo y la espectacularización de los contenidos informativos, o la manipulación y el rigor informativo, entre otros.

Por su parte, entre las 23 tesis encuadradas en el principio de responsabilidad (30,7%) sobresalen las que tratan conflictos éticos como los relativos a la violencia, el dolor y el sufrimiento, o el tratamiento informativo de la infancia y la juventud.

Mientras, el 29% de tesis dedicadas a estudiar diferentes mecanismos de autorregulación demuestra la relativa importancia de esta línea de investigación dentro de la Ética de los Medios de Comunicación. Los mecanismos más estudiados son los códigos deontológicos (10 tesis) y los consejos de prensa (7). Menor presencia tiene por ejemplo la figura del defensor del lector/espectador (2 tesis).

Cuadro 7: Categorización de las tesis doctorales

Categoría	Nº tesis	% tesis
Principio Veracidad (Sensacionalismo, espectacularización de la noticia, manipulación, rigor informativo, etc.)	25	33,3%
Principio Responsabilidad (Violencia, dolor, tratamiento informativo de infancia y juventud, etc.)	23	30,7%
Autorregulación (Códigos deontológicos, consejos prensa, ombudsman, libros de estilo, códigos internos, etc.)	22	29,3%
Enseñanza de la asignatura	6	8%
Principio Justicia (Imparcialidad, racismo, tratamiento de la mujer, presunción de inocencia, etc.)	3	4%
Principio Libertad (Secreto profesional, conflictos de intereses, control por parte del poder político, etc.)	3	4%

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, llama la atención el número de tesis que abordan la enseñanza de la asignatura (8%), ya sea en su integridad, realizando análisis comparativos de su situación en diferentes países, o a través del estudio en profundidad de determinadas técnicas pedagógicas.

Por último, la presencia de tesis doctorales relativas al principio de justicia y al principio de libertad es casi testimonial, a pesar de abordar aspectos de aparente trascendencia dentro del campo de la ética de los medios de comunicación, como son el tratamiento de la mujer o el secreto profesional.

Cuadro 8: Medios de comunicación analizados

Medio	Nº tesis	% tesis
Medios en general	33	44%
Televisión	16	21,3%
Prensa escrita	8	10,7%
Publicidad	6	8%
Información especializada	5	6,7%
Fotoperiodismo	4	5,3%
Internet	4	5,3%
Radio	2	2,7%
Comunicación política	1	1,3%

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, la distribución de las tesis doctorales en función del medio de comunicación estudiado (Cuadro 8) muestra una clara mayoría de las investigaciones que adoptan un enfoque integral, es decir, que analizan algún tipo de problemática o conflicto ético en el marco general de la actuación de los medios de comunicación. Este tipo de trabajos es el más numeroso y representa casi la mitad del total (44%). A continuación se encuentran las tesis dedicadas a la televisión (21,3%), mientras que los restantes medios de comunicación obtienen porcentajes menores.

Este aspecto no ha muy sido estudiado en otros análisis bibliométricos similares a éste, y sólo se recoge en los estudios de Jones et al (2000), que analizaba las tesis sobre Comunicación en general defendidas entre 1926 y 1998, y por Landa Montenegro (2004), que estudiaba las tesis defendidas en el País Vasco en el periodo 1996-2000. La principal diferencia entre estos dos trabajos y la presente investigación reside en los datos relativos a la prensa escrita y la televisión. Mientras que en el estudio de Jones et al la prensa escrita era el medio más estudiado con diferencia (404 tesis doctorales frente a las 138 dedicadas a la televisión) y el de Landa Montenegro se refería a 37 tesis sobre prensa escrita y 10 sobre televisión, en esta ocasión es el medio televisivo el que obtiene un mayor protagonismo.

4. Discusión y conclusiones

La producción de tesis doctorales sobre Ética de los Medios de Comunicación en España ha seguido un crecimiento más o menos constante, pasando de las tres tesis defendidas en el quinquenio 1979-1983 a las 23 del periodo 2009-2013. Otro dato que corrobora la afirmación anterior es el hecho de que más de la mitad de las 75 tesis analizadas han sido defendidas durante los últimos 10 años.

Uno de los factores que explica esta tendencia es el aumento del número de centros que imparten estudios de Comunicación en España, que ha pasado de los tres existentes en el momento en que se inicia el periodo analizado (Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Navarra y Universidad Autónoma de Barcelona) hasta los alrededor de 50 existentes en la actualidad según el registro de titulaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Este incremento es muy similar al registrado en otros análisis bibliométricos sectoriales referidos al área de la Comunicación (Fuentes y Arguimbau, 2010; Repiso, Torres y Delgado, 2011 y 2012; Repiso, Delgado y Torres, 2012), y se asemeja igualmente al experimentado en la publicación de artículos científicos en las revistas académicas de Comunicación (Fernández-Quijada y Masip, 2013).

Tampoco constituye una gran novedad respecto a otros trabajos precedentes que han analizado el idioma (Repiso, Delgado y Torres, 2012; Martínez Pestaña, 2011a y 2011b) el hecho de que la mayoría de las tesis estén escritas en español y que el resto de lenguas tenga una presencia prácticamente testimonial. Asimismo, no se ha localizado ninguna tesis en otros idiomas, como el inglés o el francés, algo que sí ocurre, aunque de manera igualmente anecdótica, en otros estudios (Repiso, Delgado y Torres, 2012; Landa Montenegro, 2004).

En cuanto a la distribución de los autores por género, la presencia de mujeres (46,7%) es superior y más constante en el tiempo que la registrada por otros estudios, muchos de los cuales coinciden en señalar una mayoría de autores en los primeros periodos y una tendencia creciente de la presencia de las mujeres con el paso de los años (Castillo y Xifra, 2006; Repiso, Delgado y Torres, 2012). En ese sentido, es interesante subrayar que el porcentaje de autorías de mujeres obtenido en esta investigación es casi idéntico al registrado en un reciente análisis bibliométrico referido a las revistas de comunicación en España (Castillo y Carretón, 2010).

La producción por universidades está liderada por dos de las universidades que antes implantaron los estudios de Comunicación en España, la Universidad de Complutense y la Universidad de Navarra. No sucede lo mismo sin embargo con el tercer centro pionero en este campo, la Universidad Autónoma de Barcelona, lo cual constituye una de las grandes diferencias con otros estudios similares (Castillo y Xifra, 2006; Marcos Recio, 2012; Martínez Pestaña y Blasco López, 2012; Martínez Pestaña, 2004, 2011a y 2011b; Repiso, Torres y Delgado, 2011 y 2012; Repiso, Delgado y Torres, 2012). Son llamativas asimismo las cifras obtenidas por universidades relativamente jóvenes, como la Universidad Jaume I de Castellón. El

protagonismo de estos centros también se manifiesta en el hecho de que las 23 tesis del último quinquenio se reparten entre 14 universidades diferentes.

La mayoría de las tesis fueron defendidas en Facultades de Ciencias de la Información y Comunicación, mientras que la producción en otras facultades sirve para probar el carácter interdisciplinario de la Ética de los Medios de Comunicación, sobre todo en relación con el Derecho y la Filosofía. El centro con una mayor producción es, con diferencia, la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, en la cual se han leído 28 tesis, más de un tercio del total.

Entre los directores de las tesis, destacan las figuras de Porfirio Barroso Asenjo y José María Desantes Guanter. Asimismo, la codirección es todavía un fenómeno poco común y no muy habitual entre los directores más productivos, ya que sólo tres de los que han dirigido dos o más tesis, Margarita Antón Crespo, Ignacio Bel Mallen y Pedro Farias Battle, han codirigido alguna de ellas.

Los profesores más solicitados para formar parte de tribunales y para presidirlos han sido Javier Fernández del Moral, Francisco Vázquez Fernández y Teodoro González Ballesteros. En el apartado de resultados ya se han apuntado algunos de los posibles motivos. Resulta en cierto modo llamativo que no aparezcan en esta lista los dos académicos más productivos como directores.

El análisis de las categorías y medios de comunicación más estudiados revela, entre otras cosas, un protagonismo de las tesis que estudian la autorregulación y, sobre todo, los códigos deontológicos. Parece razonable pensar que la aprobación de los primeros documentos de este tipo en España en la década de los años 90 ha influido en ese sentido. En cuanto a las tesis que estudian principios deontológicos concretos, abundan las relativas a la veracidad y la responsabilidad, precisamente dos de los principios que gozan de mayor protagonismo en los códigos éticos (Laitila, 1995).

Por medios de comunicación, la televisión supera en protagonismo a la prensa, un dato posiblemente relacionado con el hecho de que la mayoría de conflictos éticos tengan como protagonista a este medio, hasta el punto de haberse popularizado la expresión “telebasura” y, a su vez, haber desarrollado numerosas iniciativas destinadas a proteger a sectores concretos, como el público infantil, protagonista de algunas de las tesis analizadas. Mientras, el protagonismo de internet todavía es limitado y resultará interesante comprobar si, como a priori parece previsible, aumenta respecto a otros medios en los próximos años.

Por último, a partir de este trabajo se abren al menos dos nuevas líneas de investigación al contrastar los datos obtenidos con otros hipotéticos estudios sobre las tesis doctorales de Ética de los Medios de Comunicación defendidas en otros países y con el posible análisis bibliométrico de los artículos sobre esa materia publicados en las revistas académicas de Comunicación.

Referencias bibliográficas

- Alsius, S. (2011): “Cap a una gran base de dades per a l'estudi de l'ètica periodística”, *Periodística*, vol. 13, pp. 27-57.
- Arboledas Márquez, L. y Herrero Solana, V. (2011): “Una aproximación temática a la producción andaluza en comunicación: análisis a partir de las tesis doctorales de las Universidades de Sevilla y de Málaga”, *Hipertext.net*, vol. 9, <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-9/produccion-andaluza-comunicacion.html> [Consultado el 15/06/2013].
- Barroso Asenjo, P. (2001): “Bibliografía sobre ética de los medios de comunicación social y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (I)”, *Documentación de las Ciencias de la Información*, vol. 24, pp. 397-438.
- Castillo, A. y Carretón, M. C. (2010): “Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España”, *Comunicación y Sociedad*, vol. 23 (2), pp. 289-327.
- Castillo, A. y Xifra, J. (2006): “Investigación bibliométrica de las tesis doctorales españolas sobre relaciones públicas”, *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, vol. 34, pp. 141-161.
- Delgado, E.; Torres, D.; Jiménez, E.; y Ruiz-Pérez, R. (2006): “Análisis bibliométrico y de redes sociales aplicado a las tesis bibliométricas defendidas en España (1976/2002): temas, escuelas científicas y redes académicas”, *Revista Española de Documentación Científica*, vol. 29 (4), pp. 493-524.
- Fernández-Quijada, D. y Masip, P. (2013): “Tres décadas de investigación española en comunicación: hacia la mayoría de edad”, *Comunicar*, vol. 41, Edición preprint. <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=41&articulo=41-2013-01>. [Consultado el 10/09/2013].
- Fuentes, E. y Arguimbau, L. (2010): “Las tesis doctorales en España (1997/2008): análisis, estadísticas y repositorios cooperativos”, *Revista Española de Documentación Científica*, vol. 33 (1), pp. 63-89.
- Jones, D. E. et al. (2000): *Investigación sobre comunicación en España. Aproximación bibliométrica a las tesis doctorales (1926-1998)*, Barcelona: ComCat.
- Jones, D. E. y Baró I Queralt, J. (1997): “Tesis doctorals i treballs de recerca universitaris sobre comunicació als Països Catalans 1954-1996: aproximació bibliométrica”, *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, vol. 20, pp. 157-187.
- Laitila, T. (1995): “Journalistic Codes of Ethics in Europe”, *European Journal of Communication*, vol. 10 (4), pp. 527-544
- Landa Montenegro, C. (2004): “Recopilación de tesis doctorales sobre Comunicación en las Universidades del País Vasco (1996-2000)”, *Mediatika*, vol. 10, pp. 267-295.
- Marcos Recio, J. C.; Martínez Pestaña, M. J. y Blasco López, M. F. (2012): “Producción y dirección de tesis doctorales sobre publicidad en la universidad española (1971-2010)”, *Revista Española de Documentación Científica*, vol. 35 (3), pp. 433-452.
- Martínez Pestaña, M. J. (2004): “La producción de tesis doctorales sobre temas publicitarios (1971-2001)”, *Documentación de las Ciencias de la Información*, vol. 27, pp. 237-267.

Martínez Pestaña, M. J. (2011a): *Evaluación de la producción científica sobre publicidad (1971-2001)* Tesis doctoral. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

Martínez Pestaña, M. J. (2011b): “La investigación universitaria en Publicidad: producción y temática de las tesis doctorales (1971-2001)”, *Documentación de las Ciencias de la Información*, vol. 34, pp. 119-156.

Repiso, R.; Torres, D. y Delgado, E. (2011): “Análisis bibliométrico y de redes sociales en tesis doctorales españolas sobre televisión (1976/2007)”, *Comunicar*, nº 37, pp. 151-159.

Repiso, R.; Torres, D. y Delgado, E. (2012): “Análisis de la investigación sobre radio en España: una aproximación a través del análisis bibliométrico y de redes sociales de las tesis doctorales defendidas en España entre 1976-2008”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 17 (2), pp. 417-429.

Repiso, R.; Delgado, E. y Torres, D. (2012): “Análisis bibliométrico de la producción española de Tesis Doctorales sobre Cine 1978-2007”. Bort Gual, I., García Catalán, S. y Martín Núñez, M. (eds.): *Actas del IV Congreso Internacional Sobre Análisis Fílmico: Nuevas Tendencias e Hibridaciones de los Discursos Audiovisuales en la Cultura Digital Contemporánea*. Madrid: Ediciones de las Ciencias Sociales, pp. 976-987.

Repiso, R.; Torres-Salina, D. y Delgado López-Cózar, E. (2013): “La investigación científica sobre Cine en España a partir de sus tesis doctorales: Análisis de redes sociales (1978-2007)”, *Icono 14*, vol. 11 (2), pp. 385-404. <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/530>. [Consultado el 16/09/2013].

Rodríguez Virgili, J. (2001): “Reseña del libro Investigación sobre comunicación en España. Aproximación bibliométrica a las tesis doctorales (1926-1998)”, de Daniel E. Jones et al, ComCat, Barcelona, 2000. *Comunicación y Sociedad*, vol. 14 (1). http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/es/resena.php?art_id=143. [Consultado el 10/06/2013].

Xifra, J. y Castillo, A. (2006): “Forty years of doctoral public relations research in Spain: A quantitative study of dissertation contribution to theory development”, *Public Relations Review*, vol. 32 (3), pp. 302-308.

6. Anexo de tesis doctorales

Aguilera Perelló, J. O. (1985): *Función y disfunción del mensaje periodístico en relación con la libertad de los receptores*, Universidad Complutense de Madrid

Aguirre Nieto, M. I. (1986): *El deber de formación en el informador*, Universidad de Navarra.

Alsius, S. (1996): *Ètica i televisió informativa. Anàlisi comparativa dels codis deontològics de nou cadenes d'interès mundial*, Universitat Pompeu Fabra.

Barroso Asenjo, P. (1979): *Códigos éticos de la profesión periodística: análisis comparativo*, Universidad Complutense de Madrid.

Bernad Monferrer, M. E. (2004): *La publicidad desleal en las resoluciones del jurado de la asociación Autocontrol*, Universidad Jaume I de Castellón.

- Berrio Serrano, J. (1981): *Teoría de la persuasión*, Universidad Autónoma de Barcelona.
- Bringue Sala, J. (1999): *La comunicación publicitaria infantil en televisión*, Universidad de Navarra.
- Brito Galindo, A. (2008): *Periodismo científico y sensacionalismo: La Sindone de Turín*, Universidad de La Laguna.
- Bru Alonso, M. M. (2003): *Ética en las comunicaciones sociales según el pensamiento de Juan Pablo II*, Universidad CEU San Pablo.
- Burgueño Muñoz, J. M. (2007): *Fenomenología de la invención en el periodismo informativo*, Universidad Complutense de Madrid.
- Caballo Méndez, D. (2005): *Fotografía y realidad: la manipulación fotográfica en la era digital*, Universidad Complutense de Madrid.
- Caracuel Quirós, M. P. (2003): *Valores éticos en la prensa escrita española, 1960-1965 y 1990-1995*, Universidad Complutense de Madrid.
- Casado Gutiérrez, F. B. (2012): *Venezuela en la prensa internacional: procesos de información y desinformación*, Universidad de La Laguna.
- Díaz del Campo Lozano, J. (2004): *La enseñanza de la ética periodística en la Unión Europea*, Universidad Complutense de Madrid.
- Domenech Fabregat, H. (2005): *La fotografía informativa en la prensa generalista. Del fotoperiodismo clásico a la era digital*, Universidad Jaume I de Castellón.
- Escobedo Gómez, C. (2005): *La protección jurídica del menor en el ámbito de los medios de comunicación: el niño y la televisión*, Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Fierro Sánchez, E. A. (1999): *Autocontrol y ética literaria en periodismo*, Universidad de La Laguna.
- Fraguas De Pablo, M. A. (1983): *Teoría y práctica de la desinformación*, Universidad Complutense de Madrid.
- García Avilés, J. A. (1995): *La autorregulación profesional en los informativos de televisión: los manuales de estándares de las cadenas CBS, NBC Y ABC*, Universidad de Navarra.
- García Gordillo, M. M. (1998): *La configuración de la realidad internacional en el Periodismo Político: claves de argumentación, persuasión y manipulación (el caso de Haití)*, Universidad de Sevilla.
- Gómez Bueno, J. (2013): *Ética, responsabilidad y observación de los códigos deontológicos en el periodismo deportivo*, Universidad de Murcia.
- Gonzalez Gaitano, N. (1989): *El deber de respeto a la intimidad en la información periodística*, Universidad de Navarra.
- González Portela, M. L. (2008): *Libertad y responsabilidad de la prensa en el autocontrol y en la enseñanza de la ética de cinco países andinos*, Universidad Complutense de Madrid.

- Greene González, M. F. (2006): *La objetividad como rutina periodística. Una mirada crítica a las primeras formulaciones de este concepto (Estados Unidos, 1972-1980)*, Universidad Complutense de Madrid.
- Grijelmo García, A. M. (2012): *El sentido del silencio en la información. La pragmática en el periodismo*, Universidad Complutense de Madrid.
- Gutiérrez Atala, F. J. (2008): *El deber de formación para el periodismo especializado*, Universidad Complutense de Madrid.
- Gutiérrez Ballarín, R. (1987): *Rumor y manipulación informativa (eficacia del mismo)*, Universidad Complutense de Madrid.
- Herrero Aguado, C. (1984): *La objetividad informativa y la interpretación periodística*, Universidad Complutense de Madrid.
- Izaguirre Sabín, J. L. (1997): *La realidad como espectáculo: Reality show en España 1990-1994*, Universidad Complutense de Madrid.
- Labrador Blanes, M. J. (2007): *Televisión para niños de 7 a 11 años: aportaciones para la configuración de una calidad en programación*, Universidad Complutense de Madrid.
- Linde Navas, F. A. (2005): *La educación moral en la enseñanza de la ética y deontología de la comunicación. Prácticas morales con dilemas*, Universidad de Málaga.
- Liou, A.-L. (2003): *Publicidad infantil en televisión: el niño y la comprensión de los mensajes*, Universidad de Navarra.
- López Cepeda, A. M. (2011): *Órganos de control e xestión da radiotelevisión pública estatal e autonómica en España. A cualificación e profesionalidade de Directores xerais, Consellos de Administración, Comisións de Control Parlamentario e Consellos Audiovisuais*, Universidad de Santiago de Compostela.
- López Mañero, C. (1997): *El tratamiento informativo del dolor*, Universidad de Navarra.
- López Talavera, M. M. (1999): *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina*, Universidad Complutense de Madrid.
- López Zamora, P. (2004): *Deontología y autorregulación en el ciberespacio*, Universidad Complutense de Madrid.
- Maciá Barber, C. (2001): *La participación y los derechos de los públicos en el proceso informativo: la figura del defensor del lector, del oyente y del telespectador*, Universidad CEU San Pablo.
- Marauri Castillo, I. (2008): *Evolución en el tratamiento de los sucesos en la prensa diaria de información general en España (1977-2000)*, Universidad del País Vasco.
- Marco Sebastián, P. (2003): *La manipulación informativa desde la transición (el caso del senador Luis Carlos Piquer)*, Universidad Complutense de Madrid.
- Martí Sánchez, M. (2010): *La telebasura como fenómeno periodístico y social: análisis del tratamiento informativo en 'el país' y en 'el mundo' (1993-2006)*, Universidad de Valencia.

Martínez De Bartolomé Rincón, E. I. (2005): *Modelos de regulación fundamentales de los contenidos éticos de los medios de comunicación en las actuales sociedades desarrolladas: análisis comparativo*, Universidad Complutense de Madrid.

Martínez Rodríguez, B. (2011): *El tratamiento informativo de la violencia contra la mujer a la luz de los códigos de autorregulación*, Universidad de Vigo.

Martínez Solana, Y. (2003): *Propuesta de un modelo responsable de información sanitaria: estudio del caso de la encefalopatía espongiiforme bovina (EEB o "mal de las vacas locas")*, Universidad Complutense de Madrid.

Mora De Saavedra, A. (2011): *La virtualidad de los códigos deontológicos en periodismo. El caso español de la federación de asociaciones de periodistas a través de la Comisión de Quejas y Deontología*, Universidad de Málaga.

Moretón Toquero, A. (2011): *El secreto profesional de los periodistas: de deber ético a derecho fundamental*, Universidad de Valladolid.

De La Mota Oreja, J. (1996): *Información, publicidad y propaganda política en los procesos electorales*, Universidad Complutense de Madrid.

Nicolás Gavilán, M. T. (2009): *Enfoque del conflicto israelí-palestino. Análisis de los factores culturales que influyen en los correspondientes, enviados especiales y free lance*, Universidad de Navarra.

Ortiz Garza, J. L. (1995): *Valoración ético-jurídica de la actuación de las emisoras XERYXERA en la frontera de México y USA (1931-1941)*, Universidad de Navarra.

Parejo Jiménez, N. (2003): *Fotografía y muerte: representación gráfica de los atentados de ETA (1968-1997)*, Universidad del País Vasco.

Patiño Alves, B. (2005): *La autorregulación publicitaria: especial referencia al sistema español*, Universidad Complutense de Madrid.

Pellicer Jordá, M. T. (2010): *La visión del mundo a través de la publicidad. Entre el idealismo funcional y la ética aplicada*, Universidad de Murcia.

Pérez Gómez, G. A. (1991): *Elementos de desinformación en televisión*, Universidad de Navarra.

Quián Pérez, R. L. (2010): *O tratamento dos sucesos nos informativos diários de A3, T5, TVG e TVE no ano 2003: a oferta que recibe o telespectador galego*, Universidad de Santiago de Compostela.

Ramos Fernández, L. F. (1997): *La profesión periodística en España: Regulación jurídica y consecuencias éticas*, Universidad Complutense de Madrid.

Rancaño Pérez, B. (2005): *La autorregulación en el periodismo: perspectiva histórica y comparada en seis países de la Unión Europea*, Universidad Complutense de Madrid.

Redondo García, M. (2011): *El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español*, Universidad de Valladolid.

- Rivas Troitiño, J. M. (1991): *Desinformación y terrorismo: Análisis de las conversaciones entre el Gobierno y ETA en Argel (Enero-Abril 1989) en tres diarios de Madrid*, Universidad Complutense de Madrid.
- Rodríguez Borges, Rodrigo Fidel, *Inmigración, discurso informativo y ética periodística en la prensa de Canarias*, Universidad de La Laguna, 2009
- Rodríguez Cárcela, R. M. (2009): *La información de sucesos en la prensa sevillana*, Universidad de Sevilla.
- Rodríguez Pastoriza, F. (1995): *Últimas tendencias en la información audiovisual. La realidad, entre el espectáculo, el morbo y la ficción*, Universidad Complutense de Madrid.
- Rojas Torrijos, J. L. (2010): *Bases para la formulación de un libro de estilo de última generación. Construcción de un modelo teórico válido para los medios deportivos escritos y digitales en lengua española*, Universidad de Sevilla.
- Roses Campos, S. (2010): *Aproximación a la confianza de la ciudadanía en la institución mediática el caso de España a través de métodos cuantitativos 2006-2009*, Universidad de Málaga.
- San Martín Pascal, M. A. (1996): *Análisis ético y deontológico del fotoperiodismo y de la imagen informativa periodística*, Universidad Complutense de Madrid.
- Sánchez de la Nieta Hernández, M. Á. (2013): *Rasgos distintivos del periodismo en el actual escenario informativo digital: hacia una revitalización de los valores clásicos de verdad, objetividad, independencia y servicio público*, Universidad Complutense de Madrid.
- Sclavo, E. (2012): *Uso de internet y conciencia ética: un estudio sobre los adolescentes*, Universidad de Extremadura.
- Siqueira Montoro, T. (2001): *La violencia como noticia: un análisis de los telediarios de mayor audiencia en Brasil*, Universidad Autónoma de Barcelona.
- Tavares Do Couto, D. R. (2012): *Ética de la comunicación social: La esfera pública 2.0*, Universidad Jaume I de Castellón.
- Tello Díaz, L. (2011): *La imagen y la ética del periodista en el cine español, (1896-2010)*, Universidad Complutense de Madrid.
- Uribe Villegas, O. M. (1999): *El sentido ético del periodista. Su análisis en Fernando Gómez Martínez*, Universidad de Navarra.
- Vásquez Ríos, A. A. (2009): *La ética periodística y los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú*, Universidad Complutense de Madrid.
- Vázquez Barrio, T. (2009): *La audiencia infantil ante los contenidos de la programación televisiva en España. Años 2004-2006*, Universidad CEU San Pablo.
- Verdú Cuelco, Y. (2008): *Sesgo y encuadre en las noticias de TV. Mecanismos de manipulación periodística a propósito del urbanismo y del agua en los informativos de Canal 9*, Universidad de Valencia.

Videla Rodríguez, J. J. (2002): *La formación de los periodistas en España. Perspectiva histórica y propuesta de futuro*, Universidad Complutense de Madrid.

Villanueva Villanueva, E. (2001): *Autorregulación informativa y consejos de prensa alrededor del mundo. Una aproximación comparativa*, Universidad de Navarra.

Vinyals i Corney, M. (2012): *Anàlisi legal i ètica de la publicitat audiovisual dels medicaments no subjectes a prescripció*, Universitat de Girona.