



Ámbitos

ISSN: 1139-1979

ambitoscomunicacion@us.es

Universidad de Sevilla

España

Alende Castro, Silvia; Carballa Rivas, Noa María; Urchaga Litago, José David
Producción científica sobre ética y comunicación en España (2000-2015)

Ámbitos, núm. 36, 2017, pp. 1-6

Universidad de Sevilla

Sevilla, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16851142004>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org



Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Producción científica sobre ética y comunicación en España (2000-2015)

Silvia Alende Castro

Universidad de Vigo

silvia.alende@gmail.com

Noa María Carballa Rivas

Universidad Pontificia de Salamanca

nmcarballari@upsa.es

José David Urchaga Litago

Universidad Pontificia de Salamanca

jdurchagali@upsa.es

English Version: Scientific production about ethics and communication in Spain (2000-2015).

Resumen

El presente trabajo presenta un análisis de la investigación española sobre ética y comunicación, a través de los datos extraídos de los artículos científicos publicados en España en el período 2000/2015. Para ello se utiliza la metodología de análisis bibliométrico y para localizar los artículos se ha utilizado la base de datos CSIC. Los resultados describen la producción según el tipo de revista, el año de publicación, las palabras clave, autores, el centro de investigación y el sexo. El número total de artículos en el período estudiado es de 50 títulos y la tendencia general de producción científica en este ámbito es bastante irregular según la frecuencia. Las publicaciones en las que más artículos se han publicado con respecto a ética y comunicación son las revistas Dilemata y Comunicación y Sociedad, y la Universidad Complutense Madrid, la Universidad del País Vasco, la UNIR, la Universidad de Alicante y la Universidad Cardenal Herrera (Valencia) ocupan las posiciones predominantes en cuanto a los investigadores que más han abordado el tema de estudio. Además, el análisis demuestra que Díaz del Campo Lozano y Aznar Gómez han sido los autores que más han publicado durante los últimos 15 años, cinco y cuatro artículos, respectivamente, y la mayor parte de los autores que tratan sobre ética y comunicación son hombres, el 64,1%.



Palabras clave

Ética, periodismo, deontología, bibliometría, prensa, medios de comunicación.

Abstract

The next work showing one analysis the spanish investigation about ethic and communication, through the datas obtained in the scientifics reports published in Spain since 2000 to 2015. For that it is used the technique of bibliometric analysis and for find the reports it is used one database of CSIC. The results describe the production in function of the type of magazine, the year where were published, the keywords, authors, the investigation facility and the gender. The number of the reports that has been studied is 50 and the general trend of scientific production in this topic is enough irregular. The publications where there are more reports published in ethic and communication are in the magazines Dilemata and Comunicación y Sociedad, and the university Complutense de Madrid, the university of Pais Vasco, the UNIR, the university of Alicante and the university of Cardenal Herrera (Valencia) take up the predominant positions where the investigators have worked about this topic. Furthermore, the structural analysis show that Diaz del Campo Lozano and Aznar Gómez were the authors who more have published during the last 15 years, four and five reports, respectively, and the most part of the authors who study about ethic and communication are men, the 64,1%.

Keywords

Ethic, journalism ethic, bibliometrics, press, media.

1. INTRODUCCIÓN Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

Se acepta que el desarrollo, evolución y difusión de las nuevas tecnologías de la comunicación ha influido en el modo en el que se produce y se transmite el conocimiento. En paralelo, estas circunstancias -que amplían y acercan al usuario los procedimientos de acceso a la información existentes- son consideradas a su vez como un modo de favorecer prácticas de carácter deshonesto. En distintos niveles, tanto en lo referido a la comunicación científica de tipo público –la que se tiene lugar en los medios de comunicación, por ejemplo- como en el entorno estrictamente académico, sea entre especialistas o en el propio ámbito educativo. En este sentido, el estudio de tesis doctorales y artículos de investigación al respecto destaca por su enorme provecho e idoneidad al reflejar "líneas, tendencias y potencialidades" (Repiso, Torres & Delgado, 2011). Este tipo de análisis presenta ya cierta tradición en España, con estudios como los elaborados por Fuentes y Arguimbau (2010), Delgado, Torres, Jiménez & Ruiz-Pérez (2006), Castillo & Xirí (2006) o Carballa & Urchaga (2014), y permite conocer el interés académico en distintas áreas, caso de la radio, las relaciones públicas o –en este caso- la ética.

ÁMBITOS
2017
nº36

La falta de integridad es observada por tanto en distintas esferas y afecta a estudiantes, profesores e investigadores en relación con sus estudios y con la práctica docente y de investigación (Licea de Arenas & Parra Pujante, 2014). «En los estudiantes podemos señalar: presentar trabajos por otro estudiante, comprar trabajos o calificaciones, plagiar o copiar. Los profesores e investigadores son deshonestos cuando ejercen la docencia sin estar preparados para ello, trabajan bajo la influencia de alguna droga, venden libros y otros objetos a los estudiantes, aceptan obsequios, acosan sexualmente a los alumnos, falsifican e inventan datos, cometan errores comprobables en sus investigaciones, son parciales, faltan el respeto a los participantes y sujetos de estudio, colegas y a la institución, excluyen a un autor, plagan o incluyen en la autoría a quien no participó en la investigación» (Licea de Arenas & Parra Pujante, 2014).

Toda investigación llega a su punto final con la publicación de los resultados, es decir, con su puesta en conocimiento de toda la sociedad y en particular de la comunidad científica, que si considera los aplica, contribuyendo a la generación de nuevo conocimiento que va a permitir mejorar la calidad y esperanza de vida de la comunidad en general (Hernando, 2012). Por este motivo, «la publicación de la investigación no solo es un acto de generosidad sino que el conocimiento es un bien común y público, del cual nos podemos beneficiar como sociedad» (Hernando, 2012). Abordar por tanto la comunicación científica, y en este caso particularmente la académica, desde un punto de vista ético supone atender a la propia concepción de la ciencia, pues en consonancia con Ávila «el reto principal está en la credibilidad, porque es muy bajo el impacto de la ciencia si ésta no es creíble. Eso indica la necesidad de hacer buena ciencia. Buena ciencia significa una ciencia oportuna, fiable y pertinente» (2002).

Favorecer la credibilidad y, en consecuencia, el sentido último de la ciencia para que su impacto sea el deseado se vincula entonces a una cultura ética por parte de todos los agentes implicados en la producción de la misma. En este línea, Pessanha manifiesta que «los casos de fraude, plagio y otras conductas inadecuadas en el proceso de la producción y comunicación de la ciencia, se repiten con frecuencia creciente en las comunidades científicas» (2001). En concreto, se entienden como tipos de conducta antiética y falsificación en publicaciones científicas y técnicas prácticas como la presentación de datos o asuntos que no existen, la presentación de documentos u objetos supuestos, la falsificación de datos reales o pruebas o datos deliberadamente distorsionados, la utilización de ideas o texto de otras personas sin atribuirles la autoría (plagio), la falsificación de la autoría, incluyendo un autor que no colaboró en el trabajo o del status de la publicación, el robo de ideas o textos de un manuscrito que se esté evaluando o las mentiras sobre un autor en el proceso de emisión del aval (Lafollette, 1992). Por tanto, se observa también que el problema de la ética aplicado a la producción y difusión de conocimiento científico afecta a distintos actores. Así, junto al propio autor estas circunstancias pueden derivarse también de los evaluadores y los propios editores.

Dado que el avance tecnológico y científico influye directamente en la vida del ciudadano, para la transmisión del conocimiento se acepta que «los científicos deberían incentivar la constitución (en el caso de que no existan en su ámbito de competencias) o reforzar (en el caso de que sí existan) estructuras propias afines a sus campos de trabajo e investigación con el fin de mejorar y preservar, en la medida de lo posible, cualquier derivación no deseada» Ahrweiler (1995). Entre estos mecanismos, cabe destacar el control interno de las propias

editoriales así como los códigos de ética impulsados por parte de las comunidades científicas: estructurados de manera similar en todos los campos del conocimiento, estos códigos establecen normas de comportamiento a los investigadores en el desempeño de sus papeles como autores, evaluadores y editores (Pessanha, 2001). Es el caso, por ejemplo, del Código de Ética de la Asociación Americana de Sociología, del Comité de Integridad Científica de Estados Unidos o del Comité de Ética para las Ciencias del Centre National pour la Recherche Scientifique (Pessanha, 2001).

Estos códigos encarnan, en consonancia con Opazo, elementos característicos de conducta, tanto grupales como individuales, «basados en la adhesión a un conjunto de principios explícitos e implícitos, abstractos e impersonales, o concretos y personales, que son divisibles en la ética absoluta y una ética relativa» (2011). Se entiende como ética absoluta aquella que se guía por principios morales de orden superior, invariables en el tiempo y que no permite grados de libertad para la justificación de medios ni consecuencias de actos en investigación que pueden ser perjudiciales. Sin embargo, la ética relativa admite aplicaciones según contingencias (Opazo, 2011). En este sentido, para García Pérez y Manchado una manera de definir el fraude es considerar aquellos comportamientos que son generalmente reconocidos como fraudulentos en el entorno académico y, más concretamente, en el universitario (1998).

En coherencia con esta idea, la autoría honesta de la producción científica se encuentra entre los problemas éticos estudiados por distintos analistas. Es el caso de Amaro Cano, que concreta la existencia de ocho requisitos éticos comunes a toda investigación y publicación científica: la necesidad de solucionar problemas de salud de la persona, la familia y/o la comunidad, la competencia y desempeño profesional del investigador, demostrada en la utilización de métodos aceptables científicamente, la participación voluntaria de los sujetos de investigación, una clara y detallada información acerca de los riesgos y beneficios a los cuales se someterá, la ausencia de daño o molestias físicas o psicológicas al sujeto de investigación y a sus familiares, el anonimato o carácter confidencial de la información, la autoría verdadera y responsable, el reconocimiento expreso de los autores y obras consultadas y la absoluta veracidad de los datos aportados y de la bibliografía consultada (2001). Para Targino, cada vez más y más, «se discute el proceso autoral, ante las profundas transformaciones ocurridas en la enseñanza, como también en la ejecución de investigaciones científicas. Son mutaciones devenidas del avance significativo de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), y, también, de la presión creciente para que académicos e investigadores produzcan más y más y se inserten en grupos de investigación» (2011).

Junto a la honestidad respecto a la autoría, autores como Soto consideran el plagio como un «serio problema a nivel mundial» y destacan que esta práctica atenta contra los derechos de autor y que es éticamente reprochable (2012). Inventar, modificar o no revelar conflictos de interés en las propias publicaciones son otros problemas éticos analizados (Hernando, 2012).

La responsabilidad de garantizar entonces la integridad de las publicaciones se ha visto, para autores como Reyes y Humberto, vulnerada «con mayor frecuencia desde que ha aumentado la presión por publicar en las revistas científicas» (2007). Es por esta razón por lo que en las actuales circunstancias la investigación sobre la ética aplicada a la producción científica concluye la «necesidad de una ética personal y profesional antes de abordar propiamente una ética científica» (Ahrweiler, 1995). Se alude, por tanto, a un tipo de ética trascendente a todas y cada una de las fases de producción científica: se espera que los investigadores sean personas integras del mismo pero «no sólo en la conducción de las investigaciones» sino también «en su fase final de la publicación, permitiendo que la contribución que se hace al conocimiento y la ciencia sea correcta, verdadera y productiva para el bien de la humanidad» (Hernando, 2012).

2. MATERIAL Y MÉTODOS

Este estudio descriptivo parte de las siguientes preguntas: ¿cómo ha evolucionado la investigación en los últimos 15 años sobre la producción de publicaciones relacionadas con ética y comunicación? ¿Qué centros son los que más han investigado?

Con base en estas preguntas se planteó la siguiente hipótesis: durante últimos años ha habido una mayor productividad científica y algunos centros se están afianzando como referente.

Para ello, se ha cuantificado y trazado cronológicamente la producción de artículos científicos sobre ética y comunicación publicados en España entre los años 2000 y 2015. Se ha trabajado con un total de 50 artículos científicos y como fuente de información se ha empleado la base de datos CSIC-ISOC con los siguientes criterios de búsqueda (tópicos): ética, deontología, comunicación, periodismo, publicidad, prensa, radio, cine, medios e Internet. La ausencia de datos en algunos campos, como centro de investigación, se solventó completándolos de manera manual.

Para llevar a cabo el método de análisis se tomaron como variables de estudio el año, palabras clave, centro de investigación, revista, autor y sexo.

3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Producción científica. El número de artículos científicos publicados entre el año 2000 y el 2015 ha sido un total de 50. En la tabla 1 se muestra la evolución por año en donde se puede constatar un crecimiento irregular que se caracteriza por picos de producción. De esta manera, durante algunos años no aparecen artículos que traten sobre ética y comunicación publicados en CSIC-ISOC, como los años 2000, 2002 y 2006. El mayor nivel de producción se alcanza en el año 2010 con 11 artículos, seguido de el año 2014, con nueve artículos y el año 2012, con ocho. La media de artículo por año es de tres artículos, por lo tanto, los años en los que se produce un aumento en la investigación sobre el tema puede ser fruto de monográficos y publicaciones especializadas en ética y comunicación. Esto demuestra que en parte no se cumple la hipótesis de partida, ya que no hay una clara evolución cronológica en número de artículos.

Tabla 1. Artículos publicados

Año	Artículos
2000	0
2001	3
2002	0
2003	2
2004	3
2005	1
2006	0
2007	2
2008	3
2009	1
2010	11
2011	2
2012	8
2013	3
2014	9
2015	2
Total	50

Palabras clave. En los artículos en los que hay palabra clave, la más presente es 'ética', que en sí misma supone un 97% de los casos, seguida de 'medios de comunicación' (37%) y 'publicidad' e Internet (11% respectivamente). Tal y como se puede comprobar en la tabla 2, se han encontrado palabras clave en 37 artículos, mientras que en 13 no hay.

Tabla 2. Palabras clave

	Artículos	Porcentaje
Ética	34	97,10%
Medios de com.	13	37,10%
Publicidad	4	11,40%
Internet	4	11,40%
Prensa	3	8,60%
Difusión de la info.	3	8,60%
Pautas de consumo	2	5,70%
Legislación	2	5,70%
Marketing	1	2,90%
Nuevas tecnologías	1	2,90%
Páginas web	1	2,90%
Digitalización	1	2,90%
Proceso de comunicación	1	2,90%
Web2.0	1	2,90%

Autoría. Se ha comprobado que en los tres lustros de análisis la mayor parte de los autores que han seguido esta línea de estudio lo han realizado de manera, podría afirmarse, puntual. En concreto, 43 de los 50 investigadores que han publicado sobre esta materia lo han hecho en una sola ocasión. Por el contrario, otros 8 muestran un interés cuantitativamente mayor por este campo de estudio, al haber publicado en 2, 4 o 5 ocasiones. En este sentido, son Jesús Díaz del Campo Lozano y Hugo Aznar Gómez que más han abordado este tema de estudio, con 4 y 5 publicaciones respectivamente.

El método de investigación aplicado ha permitido conocer además la mayor parte de los autores que tratan sobre ética y comunicación son hombres, el 64,1% (41 hombres frente a 23 mujeres). Por otra parte, en 8 de cada 10 trabajos figura un solo autor, siendo residual la publicación conjunta de dos o más autores. En el primer caso, se han hallado siete artículos mientras tan solo figura un trabajo firmado por tres autores y otro producido por seis.

Tabla 3. Autoría

Autores	Artículos	Autores	Artículos
Díaz del Campo Lozano, Jesús	5	Soley-Beltrán, Patricia	1
Aznar Gómez, Hugo	4	Bezunartea Valencia, Ofa	1
Martín Llaguno, Marta	2	Segado Boj, Francisco	1
Vaagen, Robert Wallace	2	Gutiérrez San Miguel, Begoña	1
Macía Barber, Carlos	2	Tello Díaz, Lucía	1
Hernández Ruiz, Alejandra	2	Sanders, Karen	1
Padilla Castillo, Graciela	2	Fernández, José Miguel	1
Rodríguez Borges, Rodrigo Fidel	2	Gallardo García, Ángel	1
Ackerley, María Isabel	1	Tur Viñes, Victoria	1
Quirós Fernández, Fernando	1	Herreras, Enrique	1
Herrera Damas, Susana	1	Cantalapiedra González, María Jo	1
Pérez Dasílva, Jesús Ángel	1	Coca García, César	1
Valois Núñez, María Carmen	1	Olmo Arriaga, Josep Lluís del	1
Genaut Arratibel, Aingeru	1	La O Lobaina, Niurbis	1
Nichols, Bill	1	Fondevilla Gascón, Joan Francesc	1
Mendiz Noguero, Alfonso	1	Fonseca Mora, María Carmen	1
Peña Fernández, Simón	1	Linde Navas, Antonio	1
Baranda del Campo, Cristina	1	Moreno, Carlos M.	1
Ramón Vegas, Xavier	1	Casasús, Josep María	1
Ramírez, Francis	1	Suárez Villegas, Juan Carlos	1
Santín Durán, Marina	1	Habier, Gerda	1
Rodríguez Llamos, Juan Ramón	1	Columbié Puig, Noralís	1
Barroso Asenjo, Porfirio	1	Guerrero-Solé, Frederic	1
Mullert, Ramón	1	Álvarez García, David	1
Castelló Martínez, Araceli	1	García Capilla, Diego José	1
		Sádaba, Javier	1

Tabla 4. Número de autores

		Artículos	Porcentaje
Válidos	1	41	82,0
	2	7	14,0
	3	1	2,0
	6	1	2,0
	Total	50	100,0

Tabla 5. Sexo autor

		Artículos	Porcentaje
Válidos	Hombre	41	64,1
	Mujer	23	35,9
	Total	64	100,0

Centros de investigación. La producción científica se ha recogido en 30 centros (en dos artículos no consta el centro y en un caso se trata de un magistrado). Los centros más productivos son cinco, y son los que acaparan gran parte de la producción: la Universidad Complutense Madrid, la Universidad del País Vasco, la UNIR, la Universidad de Alicante y la Universidad Cardenal Herrera (Valencia) son los centros que ocupan las posiciones predominantes en cuanto a los investigadores que más han abordado el tema de estudio. De estos cinco centros se deriva casi la mitad (el 43,8%) de la producción científica sobre ética y comunicación en España. El resto de la producción se reparte entre cerca de otros treinta centros.

En cuanto a la nacionalidad de los centros, siete de los 30 son extranjeros, aunque los artículos hayan sido publicados en España. Este es un buen dato en cuanto a calidad, pues se pone en relieve la internacionalización de las revistas españolas.

Tabla 6. Centros de investigación

	Artículos
Univ. Complutense Madrid	6
UPV	6
UNIR	6
Univ. Alicante	6
Univ. Cardenal Herrera, Valencia	4
Univ. Pompeu Fabra	3
Univ. Carlos III Madrid	3
Univ. La Laguna	2
Inst. Sup. Minero Metalúrgico de Moa (Cuba)	2
Dr. Antonio Núñez Jiménez	2
Univ. Málaga	2
Univ. Abat Oliba CEU	2
Oslo University College. Noruega	2
Hosp. Donostia	1
Univ. Buenos Aires CONICET. Argentina	1
Univ. Edinburgh. Reino Unido	1
Asco. Autocontrol de la Comunicación	1
Comercial en España	1
Univ. Huelva	1
Univ. Valencia	1
San Francisco State University	1
Univ. Sheffield. Australia	1
Univ. Vigo	1
URJC	1
Univ. Murcia	1
Univ. Potsdam, Alemania	1
Univ. Central de Venezuela	1
Univ. Sevilla	1
Magistrado	1
Univ. Salamanca	1
UPSA	1
Univ. Autónoma de Madrid	1
No Consta	2
Total	64

Difusión. Respecto a la difusión de esta producción, las publicaciones en las que más artículos se han publicado con respecto a ética y comunicación son las revistas *Dilemata* y *Comunicación y Sociedad*. Ambas cabeceras han publicado el 20% de los trabajos, seguidas de la revista *Ámbitos* (6%) e *Ibersid* (4%). Un total de 30 revistas han publicado solo un artículo con la temática de estudio.

Tabla 7. Revistas

	Artículos	Porcentaje
Dilemata	6	12,0
Comunicación y Sociedad	4	8,0
Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación	3	6,0
Ibersid. Revista de Sistemas de Información y Documentación	2	4,0
Estudios sobre el Mensaje Periodístico	2	4,0
Documentación de las Ciencias de la Información	2	4,0
Ramón Llull Journal of Applied Ethics	1	2,0
Brocar	1	2,0
Cuestiones de Género: de la Igualdad y la Diferencia	1	2,0
El profesional de la Información	1	2,0
Telos	1	2,0
Archivos de la Filmoteca. Revista de Estudios Históricos sobre la Imagen	1	2,0
La Ley. Revista Jurídica Española de Doctrina, Jurisprudencia y Legislación	1	2,0
Fonseca	1	2,0
Quadernos de Filología. Estudios Lingüísticos	1	2,0
Anuario Jurídico y Económico Escurialense	1	2,0
Elkasia Revista de Filosofía	1	2,0
Historia y Comunicación Social	1	2,0
Questiones Publicitarias. Revista Internacional de Comunicación y Publicidad	1	2,0
Doxa Comunicación	1	2,0
Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital	1	2,0
Revista Española de Documentación Científica	1	2,0
Comunicació	1	2,0
Thémata	1	2,0
Periodística	1	2,0
Delos: Desarrollo Local Sostenible	1	2,0
Vivat Academia	1	2,0
Revista Bioética y Derecho	1	2,0
Estudios Empresariales	1	2,0
Salmanticensis	1	2,0
Analecta Malacitana	1	2,0
Revista de Dialectología y Tradiciones Populares	1	2,0
Revista de Análisis Transaccional y Psicología Humanista	1	2,0
CIC. Cuadernos de Información y Comunicación	1	2,0
Zer. Revista de Estudios de Comunicación	1	2,0
Revista Empresa y Humanismo	1	2,0
Revista Latina de Comunicación Social	1	2,0
Total	50	100,0

4. CONCLUSIONES

A continuación, se recogen las principales conclusiones derivadas de este análisis de la investigación española sobre ética y comunicación, a través de los datos extraídos de los artículos científicos publicados en España en el periodo 2000/2015.

En primer lugar, respecto a la producción científica se ha observado una evolución irregular que se caracteriza por picos de producción. De esta manera, destaca el año 2009 como el momento en que se produce un crecimiento en la investigación sobre esta cuestión.

En segundo lugar, el estudio de palabras clave como elemento fundamental en la investigación científica permite concluir que la práctica totalidad de los estudios referidos a ética en comunicación centran su objeto de estudio en este campo como objetivo principal.

En relación a la autoría, se ha comprobado que en los tres lustros de análisis la mayor parte de los autores que han seguido esta línea de estudio lo han realizado de manera, podría afirmarse, puntual. Sin embargo, este análisis ha permitido conocer además que, cuantitativamente, los autores que más han profundizado en esta línea de investigación son Jesús Díaz del Campo Lozano (UNIR) y Hugo Aznar Gómez (Universidad CEU Cardenal Herrera).

Finalmente, respecto a la procedencia de estas investigaciones y el destino de las mismas, la producción científica se ha recogido en 30 centros, siendo los más productivos la Universidad Complutense Madrid, la Universidad del País Vasco, la UNIR, la Universidad de Alicante y la Universidad Cardenal Herrera (Valencia). En cuanto a la nacionalidad de los centros, siete de los 30 son extranjeros, aunque los artículos hayan sido publicados en España. Este es un buen dato en cuanto a calidad, pues se pone en relieve la internacionalización de las revistas españolas. Respecto a la difusión de esta producción, las publicaciones en las que más artículos se han publicado con respecto a ética y comunicación son las revistas *Dilemata* y *Comunicación y Sociedad*. Ambas cabeceras han publicado el 20% de los trabajos, seguidas de la revista *Ámbitos* (6%) e *Ibersid* (4%). Un total de 30 revistas han publicado solo un artículo con la temática de estudio.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARO CANO, M. D. C. (2001). Aspectos históricos y éticos de la publicación científica. *Revista Cubana de Enfermería*, 17(3), 194-200. Recuperado el 14 de octubre de 2015 de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S086403192001000300009&script=sci_arttext&tlng=en

AHRWEILER, H. (1995). Una ética para la comunicación científica. *Quark: Ciencia, medicina, comunicación y cultura*, (1), 8. Recuperado el 14 de octubre de 2016 de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=818594>

ÁVILA, M. G. (2002). Aspectos éticos de la investigación cualitativa. *Revista Iberoamericana de educación*, (29), 85-104. Recuperado el 14 de octubre de 2016 de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=284127>

CARBALLA RIVAS, N. M. & URCHAGA LITAGO, J. D. (2014). Producción científica sobre publicidad online en España (1995-2013), en Requeijo Rey, P. y Gaona Pisonero, C. (Coords.): *Contenidos Innovadores en la Universidad Actual*. Colección 'Innovación y vanguardia universitarias', Madrid: McGraw-Hill, 127-136.

CASTILLO, A. & XIFRA, J. (2006). Investigación bibliométrica de las tesis doctorales españolas sobre relaciones públicas (1965/2005). *Anàlisi*, 34; 141-161.

DELGADO, E.; TORRES, D.; JIMÉNEZ, E. & 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*, 29 (4); 493-524.

FUENTES, E. & ARGUIMBAU, L. (2010). Las tesis doctorales en España (1997/2008): análisis, estadísticas y repositorios cooperativos. *Revista Española de Documentación Científica*, 33 (1); 63-89.

GARCÍA PÉREZ, E., & MANCHADO, B. (1998). Un modelo econométrico del fraude académico en una universidad española. Recuperado el 14 de octubre de 2016 de <http://eprints.ucm.es/6672/>

HERNANDO J. (2012). Ética y publicación científica. *Medicina UPB*, 31(2), 91-92. Recuperado el 14 de octubre de 2015 de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/Medicina/article/view/1743/1682>

LAFFOLLETTE, MC. (1992) *Stealing into print: fraud, plagiarism, and misconduct in scientific publishing*. Berkeley: University of California. Recuperado el 13 de octubre de 2016 de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=n8uTNkXrLwUC&oi=fnd&pg=PR7&dq=Lafollette+MC.+Stealing+into+print:+fraud,+plagiarism,+and+misconduct+in+scientific+publishing.+Berkeley:+University+of+California>

LICEA DE ARENAS, J., & PARRA PUJANTE, A. (2014). La pertinencia de la ética en la enseñanza, la investigación y la gestión de la información. *Métodos de información*, 4(7), 173-192 el 13 de octubre de 2016 de <http://www.metodosdeinformacion.es/mei/index.php/mei/article/view/IIMEI4-N7-173192>

OPAZO, H.. (2011). Ética en investigación: desde los códigos de conducta hacia la formación del sentido ético. *REICE: Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 9(2), 61-78. Recuperado el 13 de octubre de 2016 de <http://www.rinace.net/reice/numeros/arts/vol9num2/art4.html>

PESSANHA, C. (2001). Criterios editoriales para la evaluación científica: notas para la discusión. *Acimed*, 9, 131-134. el 13 de octubre de 2016 de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352001000400021

REPISO, R., TORRES, D. & DELGADO, E. (2011). Análisis bibliométrico y de redes sociales en tesis doctorales españolas sobre televisión (1976/2007) [Bibliometric and Social Network Analysis Applied to Television Dissertations Presented in Spain (1976/2007)]. *Comunicar*, 37, 151-159. <http://dx.doi.org/10.3916/C37-2011-03-07>

REYES B, HUMBERTO. (2007). Honestidad y buena fe: dos pilares en la ética de las publicaciones biomédicas. *Revista médica de Chile*, 135(4), 415-418. Recuperado en 20 de octubre de 2016 de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872007000400001&lng=es&tlng=es. 10.4067/S0034-98872007000400001.

SOTO, A. (2012). El plagio y su impacto a nivel académico y profesional. *e-Ciencias de la Información*, 2(1). DOI: <http://dx.doi.org/10.15517/eci.v2i1.1213>

TARGINO, M. (2011). ¿Tutoría o autoría?. *Fonseca, Journal Of Communication*, 2(2), 19-34. Recuperado el 23 de diciembre de 2016 de <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/11905/12268>

BREVE SEMBLANZA DE LOS AUTORES

Silvia Alende Castro es doctora por la Universidad de Vigo. Los nuevos modelos comunicativos, la opinión pública o el impacto de las tecnologías de la comunicación en la práctica periodística centran sus principales ámbitos de estudio. Profesionalmente, su trayectoria está vinculada al trabajo en prensa, comunicación institucional y el impulso de una agencia de marketing digital.

Noa María Carballa Rivas es doctora por la Universidad Pontificia de Salamanca, donde trabaja actualmente como responsable de web institucional, redes sociales y aplicación móvil. La comunicación corporativa e institucional, la opinión pública y los nuevos medios son sus principales áreas de estudio científico.

José David Urchaga Litago (Prof. Universidad Pontificia de Salamanca) está especializado en investigación y estadística aplicada a las Ciencias Humanas y Sociales. Sus intereses se centran en la estadística multivariante, el análisis de contenido, psicología y educación en valores.

Ámbitos. *Revista Internacional de Comunicación*, n.36, edición de primavera, 2017.

Recibido: 19/01/2017

Aprobado: 25/02/2017