

Estado de la investigación sobre comunicación interna en España: una revisión de alcance (2014-2024)

State of internal communication in Spain: a scoping review (2014-2024)

Anna Ll. Francés-Renau¹ | [ORCID ID](#)

al314057@uji.es

Susana Miquel-Segarra² | [ORCID ID](#)

smiquel@uji.es

Universitat Jaume I, España

Recepción: 23/03/2025 Revisión: 08/06/2025 Aceptación: 28/07/2025 Publicación: 30/07/2025

<http://dx.doi.org/10.5783/revrrpp.v15i29.891>

Resumen

La comunicación interna está adquiriendo cada vez mayor relevancia por parte de la academia, lo que ha impulsado la producción científica sobre la materia. Sin embargo, hasta la fecha no se han identificado artículos en revistas indexadas centrados en caracterizar los estudios realizados en España en este campo. En este contexto, la presente investigación realiza una revisión de alcance de la producción académica sobre comunicación interna en España en el ámbito de las ciencias sociales en la última década. El objetivo principal es identificar y caracterizar los artículos académicos más relevantes. Los objetivos secundarios se centran en analizar la autoría y procedencia de los artículos; identificar las temáticas más abordadas; caracterizar las referencias bibliográficas utilizadas; determinar la tipología de artículo, el objeto de estudio y la metodología predominante; y recoger las implicaciones prácticas y teóricas, así como las limitaciones señaladas. Para el desarrollo del estudio se ha llevado a cabo una revisión de alcance siguiendo las fases del *framework* SALSA y el *framework* PRISMA-ScR. La base de evidencia se compone de 25 artículos obtenidos en cuatro bases de datos: Web of Science, Scopus, Dialnet y Epsilon AI. Los resultados evidencian el predominio de publicaciones escritas en coautoría y colaboración interuniversitaria, con tendencia hacia el estudio de la comunicación interna en contextos de crisis, los análisis sectoriales y de caso. Las investigaciones presentan una fuerte orientación empírica y predominio de metodologías cualitativas. A pesar del incremento de la producción científica en este ámbito, persisten limitaciones metodológicas, especialmente relacionadas con el tamaño reducido de las muestras, su carácter autoseleccionado o no probabilístico y el hermetismo de las fuentes. Por último, destaca la escasa presencia de implicaciones prácticas y teóricas. Este estudio subraya la necesidad de continuar investigando desde diversas

¹ Anna Ll. Francés-Renau es investigadora en formación en la Universitat Jaume I de Castellón, España. ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-9932-0316>. Contacto principal para la correspondencia editorial.

² Susana Miquel-Segarra es profesora titular en la Universitat Jaume I de Castelló, España. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0337-7503>

perspectivas, fortaleciendo los enfoques metodológicos y asegurando mayor aplicabilidad de los hallazgos.

Palabras clave: comunicación interna, comunicación corporativa, revisión de la literatura, revisión de alcance, España.

Abstract

Internal communication has been gaining increasing relevance in academia, boosting research output in the field. However, to date, no indexed journal articles have been identified that focus on characterizing studies conducted in Spain in this area. In this context, this study conducts a scoping review of academic research on internal communication in Spain within the field of social sciences over the past decade.

The primary objective is to identify and characterize the most relevant academic articles in this area. In addition, several secondary objectives guide the research, including analyzing authorship patterns and institutional affiliations, identifying the most frequently addressed topics, and examining the bibliographic references cited in the studies. Furthermore, this study aims to classify the types of articles, determine their objects of study, and identify the predominant research methodologies used. Another key focus is identifying practical and theoretical implications, as well as research limitations reported by scholars in this field.

To ensure a systematic and rigorous research process, the SALSA framework (Search, Appraisal, Synthesis, Analysis) was applied. Moreover, the key elements of the PRISMA for Scoping Reviews (PRISMA-ScR) framework were followed to enhance transparency and replicability. The evidence base comprises twenty-five articles. These studies were retrieved from four major academic databases: Web of Science, Scopus, Dialnet, and Epsilon AI.

Moreover, the results show a high prevalence of co-authored articles and collaboration between universities. The analysis also indicates a clear trend toward studying internal communication in crisis contexts. Alongside crisis-related studies, there is also a strong presence of sector-specific analyses and case studies, particularly in industries such as healthcare and higher education. Beyond these dominant themes, the review identifies a growing interest in the relationship between internal communication, workplace well-being, and job satisfaction, as well as its connection to digitalization and its strategic role within organizations. Despite the wide range of topics explored, most studies exhibit a strong empirical orientation, although some literature reviews are also included in the sample. Qualitative methodologies predominate, surpassing both quantitative and mixed-method approaches. In terms of the object of study, research in this field focuses primarily on people, rather than on documents or digital communication platforms. Despite the notable increase in scholarly production on internal communication, several methodological limitations persist in the field. The most common issues include small sample sizes, self-selected or non-probabilistic sampling methods, and limited access to internal organizational data, which researchers often cite as a major obstacle. Finally, there is a paucity of practical implications and an absence of theoretical ones.

This study highlights the importance of continuing to study internal communication from a variety of perspectives. To advance the field, researchers should focus on broadening and strengthening methodological approaches, improving the representativeness of samples, and enhancing the applicability of research findings to real-world professional contexts. A more structured and

systematic research agenda in this area would contribute to reinforcing theoretical frameworks, fostering academic cohesion, enhancing knowledge transfer, and increasing the practical impact of scholarly research. Addressing these challenges will allow internal communication research to evolve into a more influential and well-established academic discipline, making valuable contributions to both academia and professional practice.

Keywords: internal communication, corporate communication, literature reviews, scoping reviews, Spain.

Sumario

1. Introducción. 2. Marco teórico. 3. Metodología. 4. Resultados. 5. Discusión y conclusiones. 6. Referencias.

Summary

1. Introduction. 2. Theoretical framework. 3. Methodology. 4. Results. 5. Discussion and conclusions. 6. References.

1. INTRODUCCIÓN

La importancia de la comunicación interna en la gestión organizacional ha sido ampliamente estudiada y se ha puesto especialmente de manifiesto durante la pandemia de la COVID-19 (Hagen et al., 2020; Wang et al., 2021). No obstante, a pesar de la creciente atención dedicada al tema, el estado actual de la investigación continúa siendo incompleto, puesto que no se ha identificado ningún artículo en revistas indexadas que caracterice las investigaciones llevadas a cabo en España sobre la materia.

Las revisiones existentes se centran en aspectos específicos de la disciplina, tales como su función estratégica para la innovación a través de la gestión del cambio y la felicidad organizacional (Castro-Martínez y Díaz-Morilla, 2021), su papel como herramienta de prevención y gestión del conflicto (Paradinas-Márquez, 2019) o su rol ante los desafíos de la digitalización (Miquel-Segarra y Aced-Toledano, 2018). Asimismo, se ha localizado un análisis bibliométrico de las tesis doctorales españolas sobre comunicación interna (Segarra-Saavedra, Cascales-Gonzálvez y Carretón-Ballester, 2021) y un estudio bibliométrico de los artículos publicados sobre la materia en cuatro de las revistas académicas de comunicación más importantes según el *ranking* SCImago (Martínez-Romero y Yáber-Oltra, 2022), aunque este último presenta un enfoque internacional.

Con el objetivo de cubrir dicho vacío en la evidencia, esta investigación se propone identificar y caracterizar los artículos académicos más relevantes publicados sobre comunicación interna en España en el ámbito de las ciencias sociales en la última década (2014-2024). Los objetivos secundarios incluyen: analizar la autoría y procedencia de los artículos; identificar las temáticas más abordadas; caracterizar las referencias bibliográficas utilizadas; determinar la tipología de artículos predominantes; identificar los objetos de estudio; analizar las metodologías utilizadas y el grado de uso de *software* para el análisis de datos; examinar las implicaciones prácticas y teóricas; e identificar las limitaciones.

En su conjunto, esta investigación representa una contribución significativa al conocimiento científico sobre comunicación interna en España, al ofrecer una visión sistemática y actualizada de la producción académica generada en la última década. El análisis de los artículos publicados en este periodo permite comprender cómo ha sido abordada la disciplina, al tiempo que proporciona una base empírica sólida para el desarrollo de nuevas líneas de estudio y promueve la consolidación teórica y práctica de la disciplina en el contexto académico nacional.

2. MARCO TEÓRICO

La comunicación interna es el tipo de actividad comunicativa más antigua que vienen realizando las organizaciones con sus públicos (Carretón-Ballester y Ramos-Soler, 2009), ya que las personas que las forman se comunican entre sí de forma espontánea, sin necesidad de intermediación (Aced-Toledano, Arocas y Miquel-Segarra, 2021). Así pues, la comunicación interna no es un fenómeno nuevo en sí mismo. Lo novedoso es la toma de conciencia de su importancia en las organizaciones (Cuenca-Fontbona, 2018; Matilla, 2008), especialmente a partir de la década de 1930 (siglo XX).

Coincidiendo con la emergencia de las teorías de las relaciones humanas, las organizaciones aumentan su tamaño y el contexto empresarial se vuelve más complejo. Esto genera un interés creciente por los vínculos que se establecen en las fábricas entre los obreros (Cuenca-Fontbona y Verazzi, 2018; Ongallo, 2007) y por gestionar y mejorar las relaciones laborales dentro de las fábricas (Del Pozo Lite, 2000).

Sin embargo, no es hasta la década de 1970 (siglo XX) cuando comienza a hablarse de comunicación interna como disciplina (Del Pozo Lite, 1997) y hasta la década de 1990 (siglo XX) cuando esta área de estudio comienza a consolidarse dentro de la academia (Gonzalo-Molina, 1989; Kreps, 1990; Greener, 1995; Lebel, 1995; Lucas-Martín, 1997; García-Jiménez, 1998; Del Pozo Lite, 2015; Ongallo, 2001; Andrade, 2002; Elías y Mascaray, 2003; Castillo-Esparcia, 2006; Carretón-Ballester, 2007).

Desde entonces, la comunicación interna en las organizaciones ha despertado un creciente interés en el ámbito académico y profesional, dado su impacto en la eficiencia organizacional y el bienestar de los empleados (Paradinas-Márquez y Vicente-Pascual, 2024). Destaca también un auge en la producción de tesis doctorales sobre comunicación interna en la última década de mano de universidades públicas españolas (Segarra-Saavedra, Cascales-Gonzálvez y Carretón-Ballester, 2021).

Actualmente, la disciplina se ha convertido en una prioridad del *management*, dado que resulta esencial para afrontar un entorno empresarial en constante cambio (Argenti, 2014; Zerfass et al., 2018), donde los activos intangibles —como la marca, la comunicación y la reputación— se han convertido en factores clave en la economía. Ya no son los productos los que diferencian a las empresas, sino sus valores y su reputación, que se convierten en herramientas esenciales para recuperar la confianza de las personas (Carreras et al., 2013). Y estos conceptos se empiezan a construir desde dentro de la organización (Corporate Excellence, 2018).

3. METODOLOGÍA

Para la presente investigación se llevó a cabo una revisión de alcance, dado que el propósito de este tipo de revisión es identificar y mapear la evidencia disponible sobre un ámbito específico de estudio (Arksey y O'Malley, 2005; Anderson et al., 2008). Más concretamente, se trata de una herramienta idónea para identificar los tipos de evidencia disponible en un campo concreto y para examinar cómo se lleva a cabo la investigación sobre un determinado tema (Munn et al., 2018). Para garantizar la sistematicidad del proceso se aplicó el *framework* SALSA (Search, Appraisal, Synthesis, Analysis) (Grant y Booth, 2009) y para velar por su transparencia y replicabilidad se siguieron los principales puntos del *framework* PRISMA³-ScR (Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses for Scoping Review) (Tricco et al., 2018). La Tabla 1 detalla las fases del marco metodológico SALSA aplicadas en esta investigación.

Tabla 1. Aplicación del *framework* SALSA

Fase	Aplicación
Search	Base de datos: Web of Science, Dialnet, Scopus y Epsilon AI Ecuación de búsqueda: "comunicación interna" Años de publicación: 2014-2024 Extracción de datos: octubre-noviembre 2024
Appraisal	Número inicial de documentos: 87 Número final tras aplicar criterios de inclusión/exclusión: 25 Criterios de inclusión/exclusión: artículos publicados en revistas indexadas entre 2014 y 2024 que contengan las palabras "comunicación Interna" en el título y hagan referencia a España, indistintamente del idioma
Synthesis	Tablas de datos y síntesis narrativa
Analysis	Análisis de componentes por artículo: 1. Título 2. Año 3. Autoría 4. Fuente 5. Palabras clave 6. Resumen 7. Tipo de investigación 8. Objetivo 9. Objeto de estudio 10. Enfoque metodológico 12. Implicaciones prácticas y teóricas 13. Limitaciones

Fuente: elaboración propia

³ Puntos de chequeo del *framework* PRISMA-ScR contemplados en este artículo: Bloque "Título": ítem 1: Título. Bloque "Abstract": ítem 2: Resumen estructurado. Bloque "Introducción": ítem 3: Justificación; ítem 4: Objetivos. Bloque "Métodos": ítem 6: Criterios de elegibilidad; ítem 7: fuentes de información; ítem 8: buscar; ítem 11: elementos de datos, ítem 17: selección de fuentes de evidencia. Bloque "Resultados": ítem 18: características de las fuentes de evidencia, ítem 20: resultados de las fuentes de evidencia, ítem 20: síntesis de resultados. Bloque "Discusión": "resumen de pruebas", ítem 25: limitaciones", ítem 26: conclusiones.

3.1. Fuentes de información

La búsqueda y recopilación de documentos se llevó a cabo entre octubre y noviembre de 2024 en cuatro bases de datos académicas: Dialnet, Epsilon AI, Scopus y Web of Science. Dialnet fue la fuente que aportó el mayor número de artículos (22), seguida de Epsilon AI (17), Scopus (11) y Web of Science (1). Un 20 % de los artículos fueron hallados en tres de las bases de datos consultadas, un 64 % en dos de ellas y un 16 % en tan solo una.

3.2. Búsqueda de fuentes de evidencia

Para llevar a término la búsqueda se diseñó una estrategia de truncado mediante comillas (“”) que atiende a la localización de los términos “comunicación interna” en los títulos de los artículos, debiendo aparecer ambas palabras de forma consecutiva en el orden introducido.

3.3. Criterios de elegibilidad

La delimitación de la búsqueda se realizó conforme a criterios de elegibilidad previamente establecidos. Se seleccionaron artículos publicados entre 2014 y 2024 en revistas de Ciencias Sociales indexadas en Web of Science, Scopus, Dialnet y Epsilon AI, que incluyeran “comunicación interna” en el título e hicieran referencia a España, indistintamente del idioma.

3.4. Elementos de datos

Para la recogida de datos se diseñó un esquema sistemático, cuya matriz se divide en dos bloques de variables que constituyen la ficha de análisis aplicada a cada artículo. La Tabla 2 presenta la estructura de ambas matrices.

Tabla 2. Estructura de las matrices de datos

Matriz de datos referenciales	Matriz de análisis general
Título	Tipo de investigación
Año	Objetivo general
Autoría	Objeto de estudio
Publicación	Metodología
Palabras clave	Resultados
Resumen	Implicaciones prácticas y teóricas
	Limitaciones

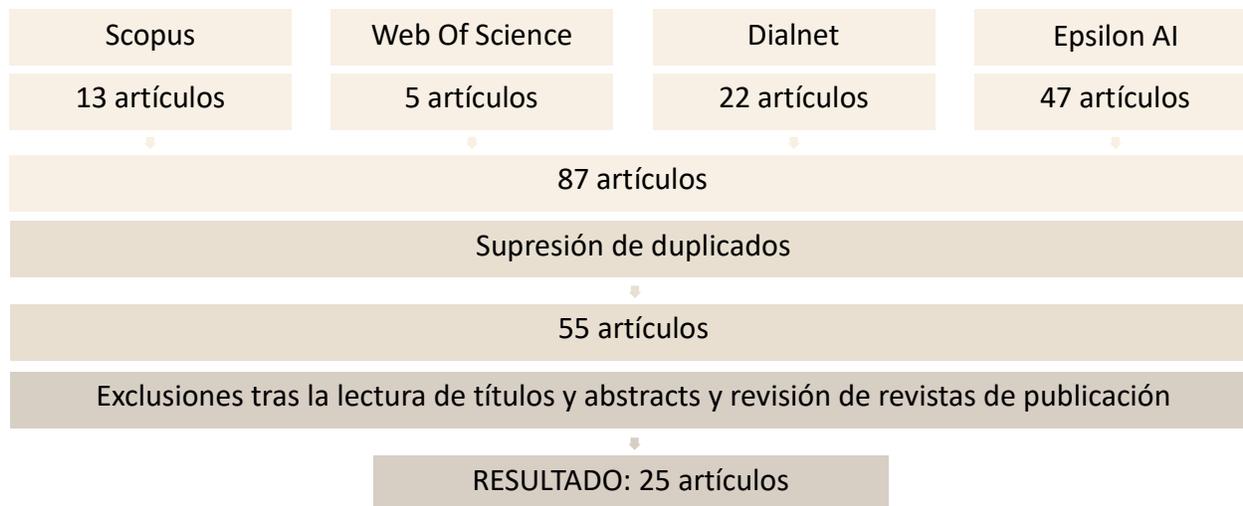
Fuente: elaboración propia

3.5. Selección de fuentes de evidencia

La búsqueda inicial arrojó un total de 87 artículos. Tras eliminar los 32 textos duplicados, la muestra quedó reducida a 55 artículos. Posteriormente, tras la lectura del título y el *abstract* y de descartar aquellos publicados en revistas no indexadas, se identificaron 25 artículos como elegibles para la revisión. El proceso de selección de fuentes de evidencia puede observarse en la

Figura 1, que resume las distintas fases aplicadas hasta conformar la muestra definitiva, mientras que la relación detallada de estas fuentes de evidencia se presenta en el Anexo 1.

Figura 1. Proceso de selección de fuentes de evidencia



Fuente: elaboración propia

4. RESULTADOS

4.1. Características y resultados de las fuentes individuales de evidencia

Una vez llevada a cabo la revisión de los 25 artículos seleccionados se procede a continuación a la exposición de los resultados obtenidos del análisis de contenidos.

4.1.1. Publicaciones donde aparecen los artículos

Los 25 artículos que conforman la muestra se han publicado en un total de 18 revistas científicas. *El profesional de la información* es la publicación que reúne un mayor número de artículos, pues alberga cinco de ellos, seguida de *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, *European Public & Social Innovation Review* y *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, que acogen dos de ellos respectivamente. Las 14 publicaciones restantes incluyen un solo artículo cada una.

4.1.2. Autoría de los artículos

En relación a la autoría de las publicaciones, la media de firmantes por artículo es de 2,4. Predominan los textos firmados por dos y tres personas, que representan el 48 % y el 40 % del total, respectivamente. El 8 % de los artículos están firmados por una sola persona y el 4 % por cuatro autores o autoras.

De forma concreta, un total de 36 personas firman los artículos, siendo el 58,33 % de ellas mujeres y el 41,46 % hombres. La autora más prolífica es Andrea Castro-Martínez, pues ha participado en ocho artículos –un 32 % del total–, todos ellos en coautoría. Por su parte, Pablo Díaz-Morilla firma siete artículos, de igual modo en coautoría. Asimismo, Cristina Aced-Toledano y Susana Miquel-Segarra han publicado cinco artículos, respectivamente, todos ellos en coautoría, mientras que

Paula Pineda-Martínez, María del Carmen Paradina Márquez y José Luis Torres-Martín son responsables de dos artículos cada uno, también en coautoría. El resto firma un artículo, todos ellos en coautoría salvo Benjamín Marín-Pérez, que publica en solitario.

Por otro lado, los firmantes de los artículos están afiliados a un total de 21 universidades, de las cuales el 90,48 % son españolas y únicamente un 9,52 % extranjeras, concretamente la Universidad de Casa Grande de Ecuador y la ISM University of Management and Economics de Lituania. Las universidades españolas se encuentran ubicadas en las siguientes comunidades autónomas: cinco en la Comunidad Valenciana (Universitat Jaume I, Universitat de València, Universitat Politècnica de València, Universidad de Alicante y Universidad Católica de Valencia); cinco en Madrid (ESIC Business & Marketing School, Universidad Rey Juan Carlos, Universidad Complutense de Madrid, Universidad Pontificia Comillas y Universidad CEU San Pablo); tres en Cataluña (Blanquerna – Universitat Ramon Llull, Universitat Oberta de Catalunya y UPF Barcelona School of Management); dos en Andalucía (EADE University of Wales en Málaga y Universidad de Málaga); dos en Galicia (Centro de Estudios Superiores Universitarios de Galicia y Universidad de Santiago de Compostela); y dos en el País Vasco (Universidad Francisco de Vitoria y Universidad del País Vasco).

Teniendo en consideración la filiación de los autores y autoras, la Universidad de Málaga es la más destacada, pues nueve de los textos –un 36 % del total– han sido elaborados por miembros de la misma. Le sigue la EADE University of Wales de Málaga, cuyos autores han participado en seis textos. Por su parte, las autoras y autores de la Universitat Jaume I y de la Universitat Oberta de Catalunya han publicado cinco artículos, respectivamente, mientras que aquellos y aquellas afiliadas a la Universidad Rey Juan Carlos, ESIC Business & Marketing School, la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad del País Vasco han firmado dos artículos. Los miembros del resto de universidades han participado en un único texto.

Por otro lado, atendiendo al número de firmantes afiliados a cada universidad, la Universidad de Málaga vuelve a ser la más prolífica, ya que concentra siete autores y autoras, seguida de la Universidad Rey Juan Carlos, la Universitat Politècnica de València y la Universidad de Alicante, que cuentan con tres cada una de ellas. A su vez, ESIC Business & Marketing School, la Universidad Católica de Valencia, la Universidad CEU San Pablo, la Universidad Complutense de Madrid y la Universitat Oberta de Catalunya cuentan con dos autores o autoras cada una. El resto de universidades cuenta con un único autor o autora.

Asimismo, cabe señalar que el índice de colaboraciones entre universidades alcanza el 60 %, ya que en 15 de los 25 artículos han participado autores o autoras afiliados a dos o más instituciones.

4.1.3. Análisis de la bibliografía de referencia

Los artículos analizados incluyen un total de 1.185 referencias bibliográficas, con una media de 47,4 referencias por artículo. El número máximo de textos citados en una sola publicación asciende a 100, mientras que el mínimo es de 17. El intervalo más frecuente corresponde a artículos que incorporan entre 20 y 40 referencias, como se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3. Número de textos citados en las referencias bibliográficas de los artículos

Referencias	Artículos	
	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 20	1	4 %
20–40	10	40 %
41–60	8	32 %
61–80	4	16 %
81–100	2	8 %

Fuente: elaboración propia

Las 1.185 referencias corresponden a 959 documentos distintos. De ellos, la mayoría (820, es decir, un 85,51 %) han sido citados en una sola ocasión, como refleja la Tabla 4.

Tabla 4. Referencias bibliográficas empleadas en los artículos analizados

Documentos bibliográficos		
Nº de veces referenciado	Frecuencia	Porcentaje
1	820	85,51 %
2	88	9,18 %
3	32	3,34 %
4	12	1,25 %
5	3	0,31 %
6	2	0,21 %
7	1	0,1 %
11	1	0,1 %

Fuente: elaboración propia

El texto más referenciado –en once ocasiones– es el libro *Guía fundamental de la comunicación interna* de Joan Cuenca-Fontbona y Laura Verazzi, publicado en 2018 por la Universitat Oberta de Catalunya. Le siguen otros documentos que han sido citados entre siete y cuatro veces, como se recoge en la Tabla 5.

Desde 1964, año de la publicación más antigua, el volumen de referencias bibliográficas ha ido aumentando de forma sostenida, con un crecimiento más acusado a partir de la década de 1990 (siglo XX). En la década de 2000 destacan picos en los años 2005 (37 textos), 2007 (34) y 2009 (33). Esta tendencia se mantiene durante la década de 2010, con un incremento constante que culmina en el periodo comprendido entre 2017 y 2020, en el que se concentran 432 documentos: 94 en 2017, 111 en 2018, 82 en 2019 y 145 en 2020, el cual constituye el año con mayor número de textos referenciados. A partir de entonces, los valores disminuyen: 57 referencias en 2021, 20

en 2022, 9 en 2023 y 2 en 2024. La distribución anual del total de referencias bibliográficas puede consultarse en la Figura 2.

Tabla 5. Referencias bibliográficas más citadas

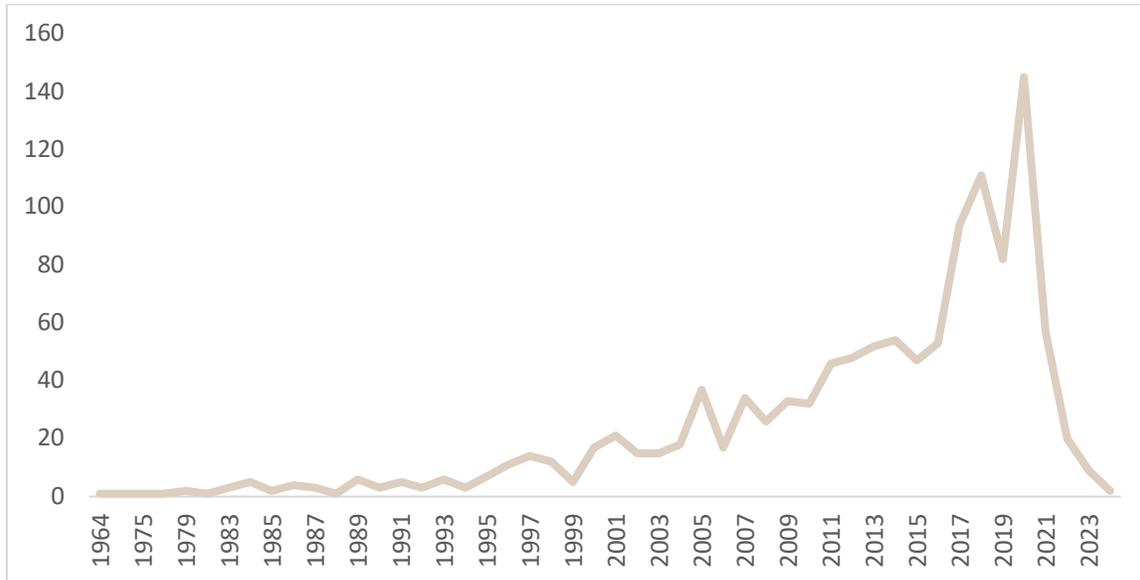
Autoras/es	Año	Título	Frecuencia
Cuenca-Fontbona, J., y Verazzi, L.	2018	<i>Guía Fundamental de la comunicación interna</i>	11
Castro-Martínez, A., y Díaz-Morilla, P.	2019	Análisis del ranking Great Place to Work y de los premios del Observatorio de Comunicación Interna: prácticas de comunicación interna en empresas españolas (2014-2018)	7
Karanges, E., Johnston, K., Beatson, A., y Lings, I.	2015	The influence of internal communication on employee engagement: A pilot study	6
Ruck, K., y Welch, M.	2012	Valuing internal communication; management and employee perspectives	6
Couper, M. P.	2000	Web surveys: The questionnaire Design Challenge	5
Wimmer, R. D., y Dominick, J. R.	1996	<i>La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos</i>	5
Andrade, H.	2005	<i>Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica</i>	5
Castro-Martínez, A., y Díaz-Morilla, P.	2020	Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española	4
Berceruelo, B.	2020	<i>Empleados comprometidos, empresas eficaces</i>	4
Pološki, N., y Verčič, A. T.	2017	Engaging employees through internal communication	4
DIRCOM	2018	<i>Estado de la comunicación en España 2018</i>	4
Warr, P.	2013	<i>Fuentes de felicidad e infelicidad en el trabajo: una perspectiva combinada</i>	4
Castillo-Esparcia, A.	2008	<i>Introducción a las relaciones públicas</i>	4
ADECEC	2019	<i>La comunicación interna. Gran aliada en los nuevos modelos de negocio</i>	4
Capriotti, P.	1998	<i>La comunicación interna</i>	4
Xifra, J.	2017	<i>Manual de relaciones públicas e institucionales</i>	4
VMA Group	2018	<i>The View. An in-depth look into communicating in an integrated world</i>	4
Beau, P.	2019	<i>Un nouveau gestionnaire: le «responsable du bonheur»</i>	4
World Health Organization	2005	<i>WHO outbreak communication guidelines</i>	4

Fuente: elaboración propia

Las referencias más actuales datan de 2024. Se trata de *Emociones políticas y narrativas prototípicas: TikTok en las campañas políticas, estudio de caso* (Wilches-Tinjacá et al., 2024) y *Fake Images, Real Effects: Deepfakes as Manifestations of Gender-based Political Violence*

(Barrientos-Báez, Piñeiro-Otero y Porto-Renó, 2024). Por su parte, la más antigua es un artículo de 1964 titulado *The Managerial Grid*, escrito por Blake y Mouton (1964).

Figura 2. Año de publicación de las referencias bibliográficas



Fuente: elaboración propia

En total, 1.554 personas han firmado los documentos incluidos en las referencias bibliográficas de los artículos analizados. La mayoría de ellas ha participado en un único documento (82,18 %), mientras que un 9,65 % lo ha hecho en dos, un 3,35 % en tres y un 1,48 % en cuatro.

Entre las autoras y autores más citados en las referencias bibliográficas de los artículos analizados se encuentran Ansgar Zerfass, con 23 textos firmados; Dejan Verčič, con 20; Cristina Aced-Toledano, Linjuan Rita Men y Andrea Castro-Martínez, con 17 cada una; y Ángeles Moreno, con 16.

4.2. Síntesis de resultados

4.2.1. Temáticas predominantes

El análisis de las temáticas que centran los artículos muestra la predominancia del estudio de la comunicación interna en situaciones de crisis, representando esta categoría el 27 % del total de artículos, como se observa en la Figura 3. En concreto, cinco de ellos analizan su papel durante la crisis sanitaria de la COVID-19, mientras que tres se centran en conflictos y crisis reputacionales.

Figura 3. Temáticas de los artículos según su título



Fuente: elaboración propia

Por otro lado, los estudios de caso y los análisis de sectores concretos —como el sanitario y el universitario— constituyen el eje temático del 20 % de los artículos. Asimismo, varios artículos abordan la relación entre el bienestar y la felicidad laboral con la comunicación interna, así como su vinculación con la digitalización o con el rol estratégico que desempeña en las organizaciones españolas.

El resto de textos analizados trata temáticas como los objetivos y dificultades en la evaluación de la comunicación interna, el perfil del responsable del área en las empresas o la evolución de los estereotipos de género en los procesos comunicativos internos.

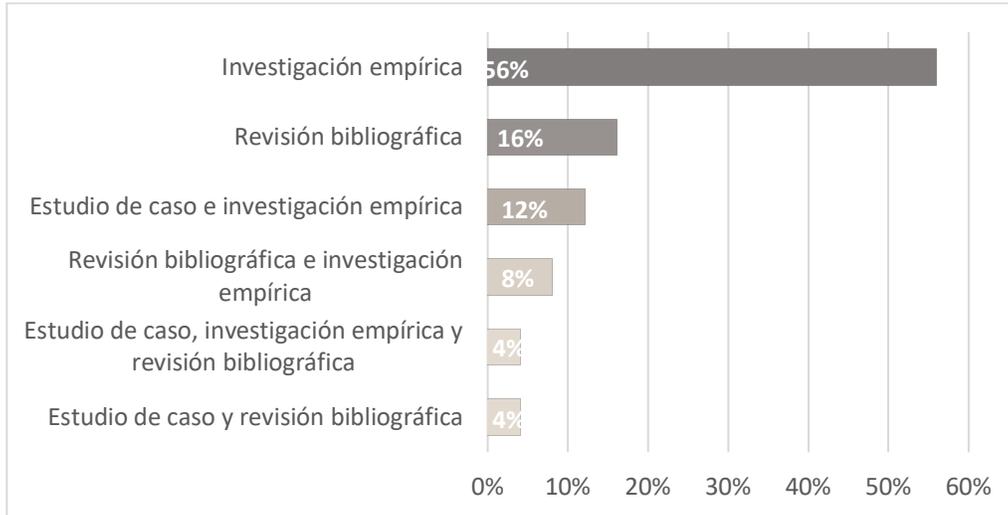
Cabe señalar que cinco de los artículos han sido incluidos en dos categorías temáticas, al abordar de forma explícita —en sus títulos y resúmenes— más de una de ellas.

El análisis de las palabras clave refuerza estas conclusiones, pues “comunicación interna” aparece en 23 ocasiones, “comunicación organizacional” y “comunicación corporativa” en 13 ocasiones, sumando ambos conceptos; términos relacionados con el bienestar y la felicidad laboral en 14 ocasiones; COVID-19, pandemia, crisis o conflicto en 13 ocasiones; y “herramientas” en cinco ocasiones.

4.2.2. Tipología de artículo

La tipología predominante entre los artículos analizados es la investigación empírica, presente en el 56 % de los casos. Le sigue la revisión bibliográfica, con un 16 %, mientras que un 28 % combina distintos enfoques metodológicos. Los datos completos pueden consultarse en la Figura 4.

Figura 4. Tipo de artículo



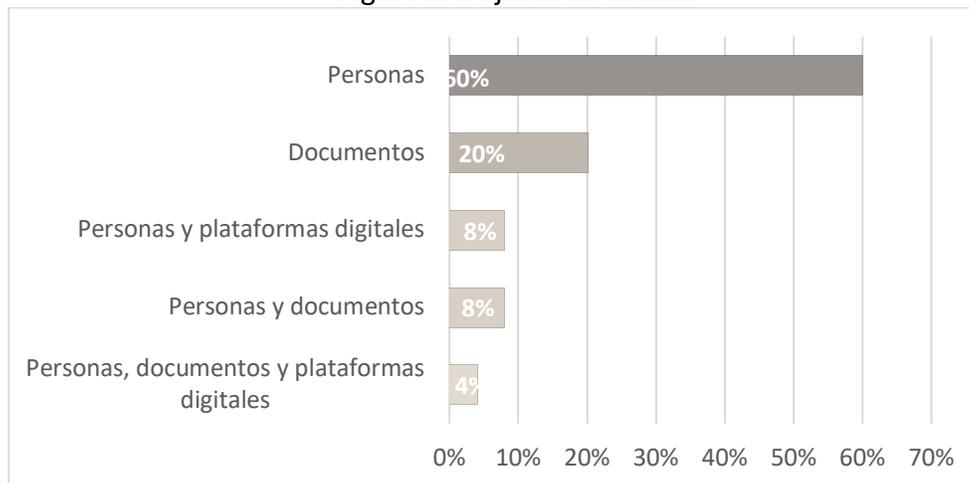
Fuente: elaboración propia

4.2.3. Objeto de estudio

El análisis de los 25 artículos incluidos en la muestra permite identificar el objeto de estudio abordado en cada investigación. En el 60 % de los casos, este lo constituyen las personas, especialmente profesionales vinculados a la comunicación, aunque también se incluyen, en menor medida, perfiles procedentes de otras áreas, como recursos humanos, sostenibilidad o diseño, así como investigadores, académicos o docentes.

En segundo lugar, los documentos constituyen el objeto central en el 20 % de los estudios, centrándose en materiales como tesis doctorales, revistas o recursos corporativos. Finalmente, el 20 % restante de los artículos adopta un enfoque multidisciplinar, considerando como objeto de estudio una combinación de personas, documentos y plataformas digitales. Los diferentes objetos de estudio se presentan en la Figura 5.

Figura 5. Objetos de estudio



Fuente: elaboración propia

4.2.4. Metodología utilizada

El estudio de los artículos evidencia el predominio del enfoque cualitativo, presente en el 64 % de los casos. En menor medida, el 20 % de los textos emplea una metodología mixta, mientras que el 16 % opta exclusivamente por una metodología cuantitativa.

Tan solo en cuatro de los 25 artículos estudiados se ha empleado un *software* para el análisis de datos, lo que representa un 16 % del total. En tres de las cuatro ocasiones se ha utilizado el programa estadístico SPSS. En el caso restante no se especifica la herramienta utilizada.

4.2.5. Limitaciones identificadas

Las limitaciones vinculadas a la selección de la muestra son las más recurrentes. Están presentes en 12 de los artículos analizados (48 %). En concreto, 11 estudios (44 %) indican que las muestras utilizadas son pequeñas, autoseleccionadas o no probabilísticas. Por otro lado, en cuatro artículos, equivalentes al 16 % de la muestra, se señalan problemas relacionados con el hermetismo de las fuentes, puesto que algunas empresas han rehusado participar o han exigido hacerlo bajo estricto anonimato.

Las limitaciones metodológicas también han sido apuntadas en tres artículos, lo que supone un 12 %. En dos ocasiones debido al uso exclusivo de una metodología cualitativa y en una ocasión por el uso exclusivo de una metodología cuantitativa.

Por último, las limitaciones relacionadas con el sesgo en la recolección de datos se mencionan en dos artículos. En el primero de los casos, se alude al uso de fuentes secundarias aportadas por la compañía analizada. En el segundo, se advierte que la información ofrecida por bases de datos como Dialnet, TESEO o Tesouro es en ocasiones incompleta o no puede clasificarse bajo criterios comunes.

4.2.6. Implicaciones prácticas y teóricas

Las implicaciones prácticas se mencionan únicamente en dos ocasiones, lo que representa un 8 % del total. En el primero de los casos, el artículo de Cuenca-Fontbona, Compte-Pujol y Sueldo (2021) proporciona recomendaciones para adaptar y mejorar la comunicación interna en emergencias o crisis sanitarias. Por su parte, en el segundo de los artículos, Castro-Martínez y Díaz-Morilla (2021) ponen de manifiesto los beneficios de implementar un sistema efectivo de comunicación interna, así como de ofrecer pautas para su desarrollo, lo que, según indican, puede favorecer un mayor rendimiento innovador.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La comunicación interna en las organizaciones es un tema de creciente interés en el ámbito de la investigación académica y profesional (Paradinas-Márquez y Vicente-Pascual, 2024). Sin embargo, a tenor de los resultados y coincidiendo con autores como Martínez-Romero y Yáber-Oltra (2022), la literatura científica sobre comunicación interna en España continúa siendo insuficiente, puesto que tan solo se han encontrado en revistas indexadas 25 artículos centrados en esta materia en los últimos diez años. Estos han sido publicados en 18 revistas, lo que pone de

manifiesto una clara dispersión en las fuentes de publicación y la falta de consolidación de la materia en revistas especializadas. Además, no se ha identificado ningún artículo que caracterice las investigaciones llevadas a cabo en España sobre la materia, lo que evidencia un vacío en la sistematización del conocimiento sobre ella en el contexto español.

En lo referente a la autoría de los artículos, los resultados apuntan a una media de 2,4 firmantes por texto, lo que indica un patrón de coautoría en la producción científica sobre comunicación interna. A ello se suma un elevado índice de colaboración entre organizaciones, que alcanza el 60 % y apunta hacia una tendencia de cooperación entre el personal investigador de diferentes universidades. Esta tendencia puede responder a múltiples factores: por un lado, a las dificultades de acceso a las organizaciones y sus datos internos, que requieren redes amplias de contactos; por otro, a la consolidación de grupos de investigación que trabajan de forma continuada sobre esta temática. De igual modo, podría interpretarse como una estrategia compartida para optimizar recursos en un campo todavía infrafinanciado y escasamente priorizado en las agendas investigadoras.

Otro aspecto relevante lo constituye la mayor representación femenina entre los firmantes, que asciende al 58,33 %, y que podría reflejar una tendencia similar a la observada en otras áreas de las ciencias sociales, donde las mujeres han ido adquiriendo mayor protagonismo académico. En términos de distribución geográfica, la investigación se lleva mayoritariamente a cabo en Andalucía, especialmente en Málaga, pues el 36 % de los artículos ha sido escrito por miembros afiliados a universidades de la provincia. Esta concentración geográfica plantea la posibilidad de que la agenda investigadora se encuentre condicionada por dinámicas regionales y la trayectoria de grupos consolidados, lo cual puede limitar la diversidad de perspectivas y la representatividad de los hallazgos.

Los resultados revelan el predominio de publicaciones relativas a la comunicación interna en contextos de crisis —lo cual podría responder a un interés por analizar la utilidad de la función en escenarios complejos—, así como de artículos centrados en sectores concretos y estudios de caso. Desde el punto de vista de la investigación académica, quedan patentes significativas lagunas de conocimiento, especialmente en lo que respecta al rol estratégico de la disciplina, la cultura organizacional, la digitalización, la medición de resultados o su vinculación con la Responsabilidad Social Corporativa.

Del análisis de referencias bibliográficas se desprende la existencia de una amplia variedad de fuentes, pues de las 1.185 referencias utilizadas en los artículos analizados el 85,51 % son citadas tan solo en una ocasión. Esto sugiere una falta de consolidación teórica que ofrezca un marco conceptual ampliamente referenciado. Esta heterogeneidad puede interpretarse como un signo de apertura y exploración, propio de campos de estudio emergentes, pero también plantea un importante desafío en la construcción de un cuerpo teórico compartido. Asimismo, se observa un uso mayoritario de referencias recientes, muy notable a partir del año 2000, que encuentra su punto álgido entre 2017 y 2020. Este patrón podría atribuirse a la transformación experimentada por la disciplina en la última década como consecuencia de fenómenos como la digitalización, el teletrabajo o la COVID-19. Precisamente, la oscilación en el número de publicaciones en los años previos y posteriores a la pandemia podría interpretarse como un reflejo del impacto de las crisis

en la producción científica y la revalorización de áreas como la comunicación interna. De forma concreta, el análisis temporal muestra que el año previo a su inicio se publicaron 111 de los documentos referenciados, mientras que en 2019 la producción cayó a 82 y en 2020 casi dobló su número alcanzando las 145 publicaciones.

Respecto a la tipología de artículo, esta investigación apunta a una clara predominancia de la investigación empírica, ya que el 56 % de los artículos analizados pertenecen a esta categoría. Esto pone de manifiesto la importancia que los equipos investigadores confieren a la recopilación y análisis de evidencia mediante la observación. Un dato que concuerda con la predilección de las personas como objeto de estudio, pues los autores y autoras han recurrido a ellas en un 80 % de las ocasiones.

En cualquier caso, en un 28 % de los artículos se ha optado por una combinación de enfoques. Este hecho evidencia el esfuerzo realizado por integrar distintas perspectivas que confieran mayor solidez a sus investigaciones a través de su enriquecimiento con teorías previas, datos prácticos, así como casos y contextos específicos. Esta tendencia podría interpretarse como un indicio de maduración del campo de estudio, que avanza hacia una mayor triangulación metodológica.

Desde el punto de vista metodológico, se observa una clara predominancia de la metodología cualitativa, utilizada en el 60 % de los casos. Un dato directamente relacionado con la limitación principal apuntada en los artículos: los problemas con la muestra (Aced-Toledano y Miquel-Segarra, 2021; Francés Tecles y Camaño Puig, 2023; Castro-Martínez, Díaz-Morilla y Torres-Martín, 2022a, 2022b; Cuenca-Fontbona, Compte-Pujol y Sueldo, 2022; Miquel-Segarra y Aced-Toledano, 2018; Miquel-Segarra y Aced-Toledano, 2019a, 2019b; Miquel-Segarra, Aced-Toledano y López-de-Ayala, 2022; Segarra-Saavedra, Cascales-González y Carretón-Ballester, 2021; Castro-Martínez, Sosa Valcarcel y Galarza Fernández, 2020; Castro-Martínez y Díaz-Morilla, 2020; Pineda-Martínez y Ruiz-Mora, 2019; Paradinas-Márquez y Vicente-Pascual, 2024). Las dificultades más frecuentes aluden a muestras pequeñas, autoseleccionadas, no probabilísticas o condicionadas por el hermetismo de las fuentes. Esta situación dificulta la generalización de los hallazgos y evidencia un campo en fase exploratoria, en el que prevalece la aproximación interpretativa para comprender fenómenos complejos.

En este contexto, no sorprende el escaso uso de herramientas tecnológicas para el análisis de datos (16 %), que podría interpretarse como una carencia técnica en la producción científica sobre comunicación interna o como un reflejo del predominio de metodologías cualitativas, que priorizan el análisis interpretativo frente al tratamiento automatizado de grandes volúmenes de datos.

Por otro lado, tan solo dos de los artículos analizados hacen alusión a implicaciones prácticas, lo que sugiere que la investigación sobre comunicación interna en España no ha logrado trascender del ámbito académico al profesional. Asimismo, ninguno de los artículos analizados señala implicaciones teóricas, lo que ofrece una oportunidad de fortalecer el marco conceptual en futuros estudios. Estos datos ponen de manifiesto la necesidad de impulsar investigaciones que

no solo analicen y describan, sino que expongan, conceptualicen y propongan marcos de intervención que conecten la producción académica con la práctica profesional.

Por último, la principal limitación de este trabajo reside en la ausencia de revisiones previas con las que contrastar los hallazgos, lo cual impide identificar tendencias o analizar la evolución del campo de estudio. No obstante, la presente investigación ofrece una base sólida que puede ser utilizada como referencia para revisiones sistemáticas futuras. En esta línea, resultaría especialmente enriquecedor replicar esta investigación de forma periódica, a fin de construir un marco comparativo que refleje la evolución temporal de la producción científica publicada sobre comunicación interna en España.

En conclusión, este artículo contribuye al avance del conocimiento científico sobre comunicación interna al ofrecer la primera revisión rigurosa, sistemática y actualizada de la literatura académica publicada en España durante la última década. Sin embargo, esta revisión no solo permite caracterizar el estado actual de la investigación sobre disciplina, sino que pone de manifiesto los principales desafíos a los que se enfrenta. Con todo ello, este trabajo proporciona un punto de partida sólido para futuras investigaciones que refuercen la consolidación teórica, diversifiquen las metodologías empleadas y amplíen la aplicabilidad de los resultados, fortaleciendo así el impacto científico y profesional de la disciplina.

6. REFERENCIAS

Aced-Toledano, C., Arocas, M., y Miquel-Segarra, S. (2021). *Manual de comunicación interna*. Dircom, Asociación de Directivos de Comunicación.

Aced-Toledano, C., y Miquel-Segarra, S. (2021). La comunicación interna de las empresas españolas en clave estratégica. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(2), 245-261. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.18692>

Anderson, S., Allen, P., Peckham, S., y Goodwin, N. (2008). Asking the right questions: Scoping studies in the commissioning of research on the organisation and delivery of health services. *Health Research Policy and Systems*, 6(1), 7. <https://doi.org/10.1186/1478-4505-6-7>

Andrade, H. (2002). Definición y alcance de la comunicación organizacional. En C. Fernández-Collado (Ed.), *La comunicación en las organizaciones* (pp. 11-17). Trillas.

Argenti, P. A. (2014). *Comunicación estratégica y su contribución a la reputación*. LID Editorial.

Arksey, H., y O'Malley, L. (2005). Scoping studies: Towards a methodological framework. *International Journal of Social Research Methodology: Theory and Practice*, 8(1), 19–32. <https://doi.org/10.1080/1364557032000119616>

Carreras, E., Alloza, Á., y Carreras, A. (2013). *Reputación corporativa*. LID Editorial.

Carretón-Ballester, C. (2007). *Las relaciones públicas en la comunicación interna de la banca española*. Netbiblio.

Carretón-Ballester, C., y Ramos-Soler, I. (2009). *Las relaciones públicas en la gestión de la comunicación interna*. Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas.

Castillo-Esparcia, A. (2006). Las relaciones públicas internas como factor de gestión empresarial. *Anàlisi*, 34, 193-208. <https://ddd.uab.cat/record/15576>

Castro-Martínez, A., y Díaz-Morilla, P. (2021). La comunicación interna como área estratégica para la innovación a través de la gestión del cambio y la felicidad organizacional. *Obra Digital: Revista de Comunicación*, 20, 131-148. <https://doi.org/10.25029/od.2021.293.20>

Castro-Martínez, A., Díaz-Morilla, P., y Torres-Martín, J. L. (2022a). El papel de la comunicación interna en la gestión del teletrabajo durante la crisis de la COVID-19. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55, 29-51. <https://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e768>

Castro-Martínez, A., Díaz-Morilla, P., y Torres-Martín, J. L. (2022b). Comunicación interna, bienestar y felicidad organizacional en instituciones hospitalarias españolas durante la crisis de la COVID-19. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 12(23), 143-162. <https://doi.org/10.5783/revrrpp.v12i23.766>

Castro-Martínez, A., Sosa Valcarcel, A., y Galarza Fernández, E. (2020). Comunicación interna, compromiso y bienestar de la plantilla: El caso de Admiral Seguros. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 48, 56-78.

Castro-Martínez, A., y Díaz-Morilla, P. (2020). Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española. *El Profesional de la Información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.24>

Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership, Dircom y DCH, Organización Internacional de Directivos de Capital Humano. (2018). *Claves para entender la relación estratégica entre las áreas de Comunicación y Recursos Humanos*. HR y Dircom International Forum. <http://www.corporateexcellence.org/index.php/Compartimos-conocimiento/HR-Dircom-Claves-para-entender-la-relacion-estrategica-entre-las-areas-de-Comunicacion-y-Recursos-Humanos>

Cuenca-Fontbona, J. (2018). *Cómo hacer un plan estratégico de comunicación. Vol. III. La investigación estratégica preliminar*. Editorial UOC.

Cuenca-Fontbona, J., y Verazzi, L. (2018). *Guía fundamental de la comunicación interna*. Editorial UOC.

Cuenca-Fontbona, J., Compte-Pujol, M., y Sueldo, M. (2022). The function of internal communication during the COVID-19 health crisis: Transformation or transubstantiation? *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 67, 7-26. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3553>

Del Pozo Lite, M. (1997). *Cultura empresarial y comunicación interna*. Fragua Editorial.

Del Pozo Lite, M. (2015). *Gestión de la comunicación interna en las organizaciones. Casos de empresa*. EUNSA.

Elías, J., y Mascaray, J. (2003). *Más allá de la comunicación interna. La intracomunicación*. Gestión 2000.

Francés Tecles, E., y Camaño Puig, R. (2023). Comunicación interna en centros de atención primaria de salud: Una perspectiva de enfermería. *Perspectivas de la Comunicación*, 16(2).

García-Jiménez, J. (1998). *La comunicación interna*. Díaz de Santos.

Gonzalo-Molina, P. (1989). *La comunicación interna en la empresa* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid].

Grant, M. J., y Booth, A. (2009). A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information & Libraries Journal*, 26(2), 91–108.

Greener, T. (1995). *Imagen y relaciones públicas*. Pirámide.

Hagen, L., Neely, S., Scharf, R., y Keller, T. E. (2020). Social media use for crisis and emergency risk communications during the Zika health crisis. *Digital Government: Research and Practice*, 1(2), 1-21. <https://doi.org/10.1145/3372021>

Kreps, G. (1995). *La comunicación en las organizaciones*. W. Iberoamericana.

Lebel, P. (1995). *Organizar la comunicación interna*. Gestión 2000.

Lucas-Martín, A. (1997). *La comunicación en las empresas y en las organizaciones*. Bosch.

Martínez-Romero, Y. A., y Yáber-Oltra, G. (2022). Tendencias de investigación sobre comunicación interna en revistas internacionales: 2015-2021. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 12(23), 117-142. <https://doi.org/10.5783/RIRP-23-2022-07-117-142>

Matilla, K. (2008). *Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las relaciones públicas*. UOC.

Miquel-Segarra, S., y Aced-Toledano, C. (2018). El rol de la comunicación interna ante los desafíos de la digitalización. *Communication Papers: Media Literacy & Gender Studies*, 7(15), 27-41. Universitat de Girona.

Miquel-Segarra, S., y Aced-Toledano, C. (2019a). El perfil de los responsables de comunicación interna en España. *RAE-IC: Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 6(11), 99-118. <https://doi.org/10.24137/raeic.6.11.7>

Miquel-Segarra, S., y Aced-Toledano, C. (2019b). Objetivos y dificultades en la evaluación de la comunicación interna en las empresas españolas. *El Profesional de la Información*, 28(5), e280521. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.21>

Miquel-Segarra, S., Aced-Toledano, C., y López-de-Ayala, M. C. (2022). *The impact of the Covid-19 pandemic. The perception of communications executives in companies: The role and challenges of internal communication. Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 67, 27-43. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3559>

Munn, Z., Peters, M. D. J., Stern, C., Tufanaru, C., McArthur, A., y Aromataris, E. (2018). Systematic review or scoping review? Guidance for authors when choosing between a systematic or scoping review approach. *BMC Medical Research Methodology*, 18(1). <https://doi.org/10.1186/s12874-018-0611-x>

Ongallo, C. (2001). *La comunicación interna en la empresa española*. Ediciones La Coria.

Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación: guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones* (2.ª ed.). Editorial Dykinson.

Paradinas-Márquez, M. C., y Vicente-Pascual, J. A. (2024). Elementos clave de la comunicación interna para la gestión de las relaciones laborales y el conflicto: Aplicación al sector hotelero. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 01-17. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-609>

Pineda-Martínez, P., y Ruiz-Mora, I. (2019). Comunicación interna y narrativas transmedia, nuevas estrategias para la empresa responsable: Estudio de caso de Telefónica. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(2), 245-261. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2019.10.2.11>

Segarra-Saavedra, J., Cascales-González, B., y Carretón-Ballester, C. (2021). Análisis bibliométrico de las tesis doctorales españolas sobre “comunicación interna” (1986/2019). *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 11(21), 69-96.

Tricco, A. C., Lillie, E., Zarin, W., O'Brien, K. K., Colquhoun, H., Levac, D., Moher, D., Peters, M. D., Horsley, T., Weeks, L., Hempel, S., Akl, E. A., Chang, C., McGowan, J., Stewart, L., Hartling, L., Aldcroft, A., Wilson, M. G., Garritty, C., Lewin, S., Godfrey, C. M., Macdonald, M. T., Langlois, E. V., Soares-Weiser, K., Moriarty, J., Clifford, T., Tunçalp, Ö., y Straus, S. E. (2018). PRISMA Extension for Scoping Reviews (PRISMA-ScR): Checklist and Explanation. *Annals of Internal Medicine*, 169(7), 467-473.

Wang, Y., Hao, H., y Platt, L. S. (2021). Examining risk and crisis communications of government agencies and stakeholders during early stages of COVID-19 on Twitter. *Computers in Human Behavior*, 114, 106568. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106568>

Zerfass, A., Tench, R., Verhoeven, P., Verčič, D., y Moreno, A. (2018). *European Communication Monitor 2018*. EACD/EUPRERA, Quadriga Media.

ANEXO 1. Listado de artículos analizados

Autores/as	Título	Revista	Año
Castro-Martínez, A., y Díaz-Morilla, P.	Análisis del ranking Great Place to Work y de los premios del Observatorio de Comunicación Interna: prácticas de comunicación interna en empresas españolas (2014-2018)	<i>Profesional de la Información</i>	2019
Castro -Martínez, A., y Díaz-Morilla, P.	Gestión de la comunicación interna y externa en instituciones hospitalarias privadas en España durante la crisis del COVID-19	<i>Revista de Comunicación y Salud</i>	2020
Castro -Martínez, A., y Díaz-Morilla, P.	Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española	<i>Profesional de la Información</i>	2020
Castro-Martínez, A., Díaz-Morilla, P., y Torres-Martín, J. L.	Comunicación interna, bienestar y felicidad organizacional en instituciones hospitalarias españolas durante la crisis de la COVID-19	<i>Revista Internacional de Relaciones Públicas</i>	2022
Castro-Martínez, A., Díaz-Morilla, P., y Torres-Martín, J. L.	El papel de la comunicación interna en la gestión del teletrabajo durante la crisis de la COVID-19	<i>Revista de Comunicación de la SEECI</i>	2022
Castro-Martínez, A., Díaz-Morilla, P., y Pérez-Ordoñez, C.	Nuevas estrategias de gestión corporativa: la cultura visual como elemento de la comunicación interna y la felicidad laboral	<i>Methados. revista de Ciencias Sociales</i>	2022
Castro-Martínez, A., Sosa Valcarcel, A., y Galarza Fernández, E.	Comunicación interna, compromiso y bienestar de la plantilla: el caso de Admiral Seguros	<i>Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación</i>	2020
Castro-Martínez, A., y Díaz-Morilla, P.	La comunicación interna como área estratégica para la innovación a través de la gestión del cambio y la felicidad organizacional	<i>Obra digital: revista de comunicación</i>	2021
Cisternas-Orsorio, R., López-Navarrete, A. J., Cabrera-Méndez, M., y Díez-Somavilla, R.	Telegram para el ejercicio de la comunicación interna. Análisis de su uso en universidades hispanohablante	<i>Fonseca, Journal of Communication</i>	2022
Cuenca-Fontbona, J., Compte-Pujol, M., y Sueldo, M.	The function of internal communication during the COVID-19 health crisis: Transformation or transubstantiation?	<i>Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura</i>	2022
Francés Tecles, E., y Camaño Puig, R.	Comunicación interna en centros de atención primaria de salud una perspectiva de enfermería	<i>Perspectivas de la comunicación</i>	2023
Marín-Pérez, B.	Convertir a los colaboradores en embajadores de la marca: plan de comunicación interna para la televisión autonómica valenciana Àpunt	<i>Profesional de la Información</i>	2019

Miquel-Segarra, S., Aced-Toledano, C., y López-de-Ayala, M. C.	The impact of the Covid-19 pandemic. The perception of communications executives in companies: The role and challenges of internal communication	<i>Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura</i>	2022
Miquel-Segarra, S., y Aced-Toledano, C.	El rol de la comunicación interna ante los desafíos de la digitalización	<i>Communication Papers. Media Literacy & Gender Studies</i>	2018
Miquel-Segarra, S., y Aced-Toledano, C.	Perfil de los responsables de comunicación interna en España	<i>Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación</i>	2019
Miquel-Segarra, S., y Aced-Toledano, C.	Objetivos y dificultades en la evaluación de la comunicación interna en las empresas españolas	<i>Profesional de la Información</i>	2019
Miquel-Segarra, S., y Aced-Toledano, C.	La comunicación interna de las empresas españolas en clave estratégica	<i>Revista Mediterránea de Comunicación</i>	2021
Paradinas-Márquez, M. C.	La comunicación interna como herramienta de prevención y gestión del conflicto en las organizaciones hoteleras	<i>Revista de Ciencias de la Comunicación e Información</i>	2019
Paradinas-Márquez, M. C., y Vicente-Pascual, J. A.	Elementos clave de la comunicación interna para la gestión de las relaciones laborales y el conflicto: aplicación al sector hotelero	<i>European Public & Social Innovation Review</i>	2024
Paredes Serrano, C., Liberal Ormaechea, S., y Gismera Tierno, E.	Evolución de los estereotipos de género en los procesos de comunicación interna de las empresas	<i>European Public & Social Innovation Review</i>	2024
Pineda-Martínez, P., y Ruiz-Mora, I.	Comunicación interna y narrativas transmedia, nuevas estrategias para la empresa responsable. Estudio de caso de Telefónica	<i>Profesional de la Información</i>	2019
Puebla Martínez, B., y Farfán Montero, J.	Gestión de la comunicación interna a través de las aplicaciones móviles. Caso de estudio: El Corte Inglés	<i>Revista Prisma Social</i>	2018
Segarra-Saavedra, J., Cascales-González, B., y Carretón-Ballester, C.	Análisis bibliométrico de las tesis doctorales españolas sobre “comunicación interna” (1986/2019)	<i>Revista Internacional de Relaciones Públicas</i>	2021
Vázquez Sande, P., García Abad, L., y Pineda-Martínez, P.	Comunicación interna y crisis reputacional. El caso de la Universidad Rey Juan Carlos	<i>Revista Latina de Comunicación Social</i>	2019
Viñaras Abad, M., González Vallés, J.E., y Rincón Alonso, S.	La Comunicación Interpersonal y la Comunicación Interna en las empresas: un análisis desde la profesión y la Universidad	<i>Comunicación y hombre: Revista interdisciplinar de ciencias de la comunicación y humanidades</i>	2020

Fuente: elaboración propia