

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 2, año 2021. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-15544-69-2

Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre Comunicación

Carmen Caffarel Serra; Juan Antonio Gaitán Moya;
Carlos Lozano Ascencio; José Luis Piñuel Raigada (Editores)

Separata

Capítulo 3

Título del Capítulo

«Cartografía de los usos metodológicos en las respuestas a la Encuesta 2017 a investigadores universitarios en España»

Autoría

Carmen Caffarel; Juan Antonio Gaitán;
Carlos Lozano, José Luis Piñuel

Cómo citar este Capítulo

Caffarel C.; Gaitán J.A.; Lozano, C.; Piñuel, J.L. (2018): «Cartografía de los usos metodológicos en las respuestas a la Encuesta 2017 a investigadores universitarios en España». En Caffarel, C.; Gaitán, J.A.; Lozano, C.; Piñuel, J.L. (eds.), *Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre Comunicación*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-12244-69-2

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c3.emcs.2.mic6>

Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre Comunicación

Carmen Caffarel Serra
Juan Antonio Gaitán Moya
Carlos Lozano Ascencio
José Luis Piñuel Raigada
(Editores)



COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

*Metodologías Iberoamericanas de la Comunicación
Metodologías Ibero-americanas da Comunicação
Ibero-American Methodologies of Communication*



El libro *Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre Comunicación* está integrado en la colección «Metodologías Iberoamericanas de la Comunicación» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Este volumen, dedicado a las rutinas metodológicas de la investigación sobre Comunicación en España, es uno de los hitos bibliográficos finales resultantes del Proyecto MapCom, un empeño por representar cartográficamente el desarrollo por años del sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de Comunicación, bajo el auspicio de la Comisión de Política Científica de la Asociación Española de Investigadores de la Comunicación (AE-IC).

Investigar sobre la investigación—«meta-investigación»— requiere disponer de bases de datos sobre la producción científica en este campo para, después, relacionar dichos datos con los contextos pertinentes en los que dicha investigación se desenvuelve:

- avances del conocimiento científico,
- política científica,
- experiencias sociológicas de la producción científica...

En cualquiera de estos casos será innegable reconocer la utilidad de las delimitaciones territoriales donde marcos científicos, institucionales y sociales se ubican geográficamente —la «geolocalización».

Y esto es, precisamente, lo que el proyecto MapCom se ha propuesto iniciar y desarrollar, ofreciendo en este volumen la génesis y metodología de elaboración de tres mapas muy concretos:

1. Textos y datos de análisis de Tesis Doctorales y de Proyectos I+D por años, universidades, regiones, género de autor, objetivos de investigación, técnicas de análisis y objetos de estudio por campos.
2. Grupos de investigación según áreas de conocimiento, universidades y autonomías, siguiendo sus líneas de investigación.
3. Datos de la encuesta sobre perfiles sociodemográficos y académicos del investigador y de sus métodos de experiencia investigadora, además de sus valoraciones sobre las condiciones de investigación y rendimientos alcanzados.

Junto a esto, se presenta una antología de comunicaciones seleccionadas por su relevancia en cuanto que marcadoras de tendencias de investigación.

Prólogo. La meta-investigación y la cartografía de datos..... 11

PARTE I

LA META-INVESTIGACIÓN DE MAPCOM: CARTOGRAFÍAS DE LOS USOS METODOLÓGICOS

1. Cartografía de los usos metodológicos en Tesis Doctorales y Proyectos I+D,
por Caffarel C.; Gaitán J.A.; Lozano, C.; Piñuel, J.L..... 19

*Introducción: Criterios en la construcción del universo de tesis y
proyectos I+D..... 19*

a. Diseño del protocolo de análisis de Tesis y Proyectos..... 22

*b. Resultado y discusión sobre tendencias metodológicas en Tesis y
Proyectos I+D..... 23*

*c.1. Evolución por años de los Objetivos de la investigación asumidos
por los Proyectos I+D y Tesis Doctorales, y según Autonomías..... 23*

*c.2. Evolución por años de los Objetos de la investigación asumidos
por los Proyectos I+D y Tesis Doctorales, y según Autonomías..... 25*

*c.3. Evolución por años de las Técnicas dominantes de la investigación
asumidos por los Proyectos I+D y Tesis Doctorales, y según Autonomías..... 26*

Conclusión..... 41

Anexo 1. Guía para el registro y análisis de documentos del Proyecto I+D

MapCom..... 42

Anexo 2. Libro de códigos para post-codificación de variables abiertas..... 49

2. Cartografía de los usos metodológicos en los debates de los investigadores,
por J.L. Piñuel Raigada; E. Morales Corral..... 51

Introducción: La técnica del Phillips 66 y la logística desarrollada 51

*Análisis de los discursos: La técnica del Atlas-ti y la logística de elaboración
e interpretación de datos 53*

*Diagrama general de los discursos de los investigadores en las plenarios
del Phillips 66..... 54*

Valoración negativa del estado de la cuestión 58

Precariedad de los grupos de Investigación 59

Inmadurez de la disciplina..... 59

Presiones profesionales al mundo académico..... 60

Conclusión: Breve resumen y Comentario praxeológico..... 61

3. Cartografía de los usos metodológicos en las respuestas a la Encuesta 2017 a investigadores universitarios en España,	
<i>por C. Caffarel; J.A. Gaitán; C. Lozano; J.L. Piñuel.....</i>	<i>63</i>
<i>Introducción: la Encuesta MapCom al censo de investigadores en Comunicación</i>	<i>63</i>
<i>Contextualización y metodología</i>	<i>63</i>
<i>El formulario de encuesta.....</i>	<i>65</i>
<i>Resultados y discusión de la Encuesta, a propósito de la fijación de objetivos de la investigación</i>	<i>66</i>
<i>Bibliografía.....</i>	<i>75</i>

PARTE 2

ANTOLOGÍA DE COMUNICACIONES PRESENTADAS
EN 2015 Y 2017 A LOS CONGRESOS NACIONALES
DE METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE LA AE-IC

Capítulo 4. Meta-investigación en Comunicación	85
---	-----------

4.1. La investigación investigada en comunicación. Estudios en universidades públicas y privadas frente a estudios de consultoría,	
<i>por J.L. Piñuel Raigada; C. Lozano Ascencio; J.A. Gaitán Moya</i>	<i>87</i>
<i>1. Antecedentes</i>	<i>88</i>
<i>1.1. El objeto de la comparación y las fuentes de los datos.....</i>	<i>89</i>
<i>2. Investigación universitaria (pública y privada) vs. estudios de consultoría.....</i>	<i>91</i>
<i>2.1. Género de los investigadores.....</i>	<i>91</i>
<i>2.2. El perfil de los investigadores universitarios reclamado en la investigación social y de mercado</i>	<i>92</i>
<i>2.3. La elección de los tópicos y los objetivos de la investigación.....</i>	<i>94</i>
<i>2.4. Las metodologías</i>	<i>97</i>
<i>2.4.1. Estrategias diversas de investigación y triangulación de técnicas.....</i>	<i>97</i>
<i>3. Discusión.....</i>	<i>99</i>
<i>Bibliografía.....</i>	<i>101</i>
<i>Anexo</i>	<i>103</i>
4.2. Análisis de la investigación publicada en las revistas de comunicación con índice ESCI (Emerging Source Citation Index),	
<i>por Susana Miquel Segarra.....</i>	<i>109</i>
<i>1. Introducción</i>	<i>110</i>
<i>1.1. Journal of Citation Reports (JCR) y Emerging Sources Citation Index (ESCI)</i>	<i>111</i>
<i>1.2. Los estudios sobre la investigación en comunicación en España.....</i>	<i>112</i>
<i>2. Objetivos</i>	<i>114</i>
<i>3. Metodología.....</i>	<i>114</i>
<i>3.1. Universo.....</i>	<i>114</i>

3.2. Muestra.....	114
3.3. Método de análisis	116
3.4. Instrumentos.....	116
4. Resultados	117
5. Conclusiones y discusión	124
Bibliografía.....	127
4.3. El régimen de autoría de la reciente investigación sobre Comunicación publicada en revistas científicas españolas (2008-2014), por Manuel Martínez Nicolás; Rebeca Martínez Fernández	131
1. Introducción.....	132
2. Objetivos y método	136
2.1. Muestra y unidad de análisis	136
2.2. Instrumento y codificación	137
3. Resultados y discusión.....	137
3.1. Evolución del régimen de autoría	137
3.2. Tipo de colaboración entre autores españoles.....	140
3.3. Investigación financiada y régimen de autoría.....	142
4. Conclusión	144
Bibliografía.....	146
4.4. Los métodos empleados en la literatura científica de la revista The International Journal on Media Management, por Nereida Cea Esteruelas	147
1. Introducción.....	148
2. Material y método	148
3. Literatura académica	151
4. Resultados.....	153
4.1. Datos básicos.....	153
4.2. Escenarios, mercados de la comunicación y líneas de investigación ...	154
4.3. Método y técnicas de investigación.....	157
5. Conclusiones.....	158
Bibliografía	160
Anexo.....	162
Capítulo 5. Formación e innovación metodológica.....	167
5.1. Metodologías Avanzadas de Investigación en Comunicación y Ciencias Sociales, la revolución de los instrumentos y los métodos, Qualtrics, Big Data, Web Data et al, por Félix Ortega; Ana Azurmendi; Mercedes Muñoz-Saldaña	169
1. Introducción.....	170
2. Investigando la comunicación, de Mapcom.es al «futuro»	171
3. Objetivos de la investigación y casos de estudio	177
4. Casos Prácticos y Metodologías	177

5. Conclusiones.....	184
Bibliografía.....	186
5.2. Media Psychology: una nueva disciplina para comprender los procesos mediáticos,	
por Emma Rodero; Lluís Mas; Olatz Larrea	189
1. Introducción.....	189
2. Historia de Media Psychology: ¿de dónde venimos?.....	190
3. Fundamentos teóricos de Media Psychology.....	193
3.1. Limited Capacity Model.....	194
3.2. Sistema Motivacional.....	195
3.3. Respuestas embodied: orienting response, valence y arousal.....	196
4. Crisis y paradigma de la Comunicación	197
5. Conclusiones.....	200
Bibliografía.....	201
5.3. Construcción e interpretación de la comunicación intercultural en los informativos televisivos,	
por L. García-Jiménez; A. Pineda; M. Rodrigo-Alsina.....	203
1. Interculturalidad y televisión en España	204
2. Metodología	206
3. Resultados	208
4. Conclusiones.....	212
Bibliografía.....	214
5.4. Los mapas como instrumento al servicio de la investigación en Ciencias Sociales. Potencialidades y usos de la cartografía online,	
por M.P. Subires Mancera; J.J. Delgado Peña	217
1. Cartografía, mapas y TIG en la Sociedad Red.....	218
1.1. Cartografía y mapas: conceptos básicos.....	218
1.2. Cartografía y TIG.....	219
1.3. La cartografía como herramienta para la Geografía	221
1.4. La Cartografía como herramienta en otras disciplinas. El desarrollo de la cartografía participativa o social	222
2. Web 2.0, neografía y cartografía colaborativa.....	223
3. Potencialidades y usos de los mapas online en el ámbito de las Ciencias Sociales. Estudio de casos	226
3.1. Cartografía online y Ciencias Sociales. El uso del mapa como instrumento para la investigación.....	226
3.2. Estudio de casos.....	228
3.2.1. Mapa Infoparticip@.....	228
3.2.2. Mapa de iniciativas innovadoras en Internet en la provincia de Málaga	230
4. Conclusiones.....	231
Bibliografía.....	233

Capítulo 6. Nuevos universos empíricos.....	235
6.1. Diseño metodológico para el estudio de la representación cinematográfica del fenómeno del cambio climático,	
<i>por David Vicente-Torrico.....</i>	<i>237</i>
1. Introducción.....	238
2. Objetivos de la investigación.....	242
3. Desarrollo del modelo de análisis	242
3.1. Ficha técnica.....	242
3.2. Análisis temático.....	243
3.3. Análisis de personajes.....	246
3.4. Análisis de recursos estilísticos.....	246
4. Conclusiones.....	247
Bibliografía.....	249
6.2. El análisis de contenido y su aplicación a entornos web: un caso empírico,	
<i>por V. Piñeiro-Naval; J. J. Igartua;</i>	
<i>F.J. Marañón-Lazcano; L. Alejandra Sánchez-Nuevo.....</i>	<i>253</i>
1. Introducción: acercamiento teórico al análisis de contenido.....	254
1.1. El libro de códigos: herramienta principal del análisis de contenido ..	256
1.2. La fiabilidad del proceso de codificación	256
2. El análisis de contenido de sitios web.....	258
3. Descripción de un caso empírico.....	260
3.1. Muestra de contenidos.....	261
3.2. Categorías de análisis	264
3.3. Codificación y fiabilidad.....	264
4. A modo de conclusión.....	269
5. Agradecimientos	270
6. Bibliografía	270
6.3. Evaluación y mejora de la transparencia de las administraciones públicas locales: metodología Infoparticipa,	
<i>por A. Moreno-Sardà; M. T. Vera Balanza;</i>	
<i>P. M. Molina Rodríguez-Navas; M. Corcoy Rius</i>	<i>273</i>
1. Presentación: el proyecto Infoparticipa.....	274
2. El Mapa Infoparticipa: punto de partida teórico y objetivos.....	276
2.1. Punto de partida teórico.....	277
2.2. Objetivos.....	278
3. Metodologías	280
3.1. La conceptualización de la plataforma: la base de datos y los instrumentos para hacer visibles los resultados.....	280
3.2. El análisis de las webs: el control de calidad.....	282
3.3. La promoción y el seguimiento de las mejoras: el Sello Infoparticipa.	283
3.4. El trabajo de investigación realizado por un equipo distribuido territorialmente, en red y de forma cooperativa	284

4. Conclusiones: aportaciones del Mapa Infoparticipa a la cultura de la transparencia y a la mejora de la Información de las webs de las administraciones públicas locales.....	285
Bibliografía.....	286
6.4. Estudio de caso sobre desconexión de medios durante 24 horas en jóvenes universitarios españoles, <i>por María Dolores Cáceres Zapatero; Enrique Morales Corral</i>	287
1. Introducción.....	288
2. Objetivos y metodología.....	289
3. Resultados del estudio.....	291
3.1 Análisis Cuantitativo.....	291
3.2 Análisis Cualitativo.....	294
3.2.1. La desconexión como trauma.....	295
3.2.2. Reconexión: la vuelta a la normalidad.....	296
3.2.3 ¿Qué hemos aprendido de la experiencia?.....	297
3.2.4. Explicación Descriptores sobre la Valoración personal de la Experiencia.....	298
4. Conclusiones.....	299
Bibliografía.....	30

Cartografía de los usos metodológicos en las respuestas a la Encuesta 2017 a investigadores universitarios en España

C. Caffarel; J.A. Gaitán; C. Lozano; J.L. Piñuel

Introducción: la Encuesta MapCom al censo de investigadores en Comunicación

Entre mayo y agosto de 2017, cerca de 2500 investigadores de la comunicación, censados como doctores y estudiantes de doctorado en centros universitarios españoles con titulaciones de Grado y Postgrado en las carreras de Comunicación, fueron convocados por el proyecto MapCom (CSO2013-47933-C4) en su tercera fase de desarrollo, a responder una encuesta en línea diseñada para conocer los perfiles de su identidad profesional y académica, así como la percepción sobre su estatus y su práctica investigadora.

Accedieron al formulario de esta encuesta 1.254 investigadores, de los cuales 838 (el 34% del censo) respondieron a las preguntas, finalizando el formulario 496 y respondiéndolo parcialmente 342. Por último, 416 abandonaron sin contestar ninguna pregunta.

Las respuestas relacionadas con la identidad profesional y académica tienen que ver con la experiencia investigadora y sus reconocimientos: integración en grupos consolidados y en equipos de proyectos, sexenios, pertenencia a sociedades científicas, registro en bases de datos de investigación, etc. Las contestaciones relacionadas con la apreciación de su propia actividad investigadora destacan por denunciar mayoritariamente el escaso reconocimiento de la dedicación a investigar frente a la dedicación docente, cuando de forma paradójica es el resultado de la investigación del que se hace depender las evaluaciones de la carrera académica y de la calidad de las titulaciones que se imparten. El lector interesado en detalle por todos estos datos, puede consultarlos en <http://www.mapcom.es/investigacion/fase-3>. En este capítulo nos limitamos a exponer y comentar los datos referidos a las apreciaciones metodológicas sobre la fijación de objetivos, la elección de objetos de estudio, y el tipo de técnicas empleadas para elaborar e interpretar datos.

Contextualización y metodología

El proyecto MapCom se planteó aplicar la encuesta al universo de investigadores del territorio español censados en registros académicos de las universidades

con titulaciones de grado y postgrado en Comunicación, así como en sociedades científicas de este ámbito académico, al objeto de cartografiar los resultados para descubrir cómo se configuran las representaciones sociales de los investigadores académicos del ámbito en lo que se refiere a su propia actividad científica, completando de este modo el objetivo de elaborar un Mapa de Proyectos, Grupos, Líneas, Objetos de estudio y Métodos de investigación sobre prácticas sociales de Comunicación en España.

Por lo que respecta al universo de destinatarios de la encuesta, se decidió tomar en consideración:

- a) Investigadores censados en Facultades de Comunicación en España (todos los doctores en nómina de cada universidad)
- b) Investigadores miembros de Sociedades científicas (miembros doctores que no estén en nómina en ninguna universidad)
- c) Investigadores en formación en los programas de Doctorado.

El universo del primer grupo está conformado por todos los profesores doctores en las Facultades con estudios de grado universitario en Comunicación, lo que comprendía todas las universidades incluidas en el universo de tesis doctorales y proyectos I+D de la primera fase de MapCom. El segundo grupo contemplaba a los doctores que no imparten docencia universitaria, pero que sí pertenecen a alguna sociedad científica, desde las cuales se facilitó el acceso a la encuesta. Respecto al tercer grupo de investigadores en formación en los programas de Doctorado, los equipos de las Áreas MapCom contactaron con los Coordinadores de los programas de Doctorado para que utilizaran sus censos y enviaran a los doctorandos de último curso, el enlace de la encuesta.

Tras elaborar el censo correspondiente a los universos citados, se cursaron un total de 2.418 invitaciones personalizadas a investigadores adscritos a universidades españolas, así como una invitación abierta indeterminada a través de sociedades científicas y programas de doctorado. Se obtuvieron 838 contestaciones para una tasa de respuesta efectiva de 34,66%. Para estimar la representatividad por estratos de la muestra obtenida, se tomaron en cuenta las variables de Comunidad Autónoma (Tabla 11) y universidad, a las que pertenecía el investigador. Específicamente, se estimaron los porcentajes esperados mínimos y máximos para cada categoría de las variables, con el fin de comprobar que ninguna de las Comunidades Autónomas (CC.AA.) y universidades quedaran infra o supra representadas en la muestra final con el sesgo de auto-respuesta. Para ello se calculó en el censo la media y la desviación típica de cada sub-categoría (utilizando variable *dummy* para cada valor), obteniendo así intervalos de confianza (%mín.= $M-DT$ y %máx.= $M+DT$). Como se observa en la Tabla 11, los porcentajes de cada CC.AA. encajaron dentro de los límites esperados, por lo que así los estratos en la muestra resultaron correctamente representados con respecto a los del censo. También encajaron dentro de los límites esperados los porcentajes de cada universidad, pero evitamos ofrecer la tabla porque obviamos exponer datos de las universidades al objeto de no alargar demasiado esta exposición. El lector interesado puede acudir a la web citada de MapCom.

Tabla 11: Distribución de investigadores invitados y proporción de respuestas por Comunidad Autónoma y con porcentajes esperados mínimos y máximos para cada estrato.

CC.AA.	Invitados	%	Muestra	% Muestra	% Min Esperado	% Máx Esperado
Andalucía	253	10,5	77	9,20%	-20,15%	41,07%
Aragón	43	1,8	19	2,30%	-11,44%	15,00%
Asturias	0	0	1	0,10%	0,00%	0,00%
Baleares	0	0	7	0,80%	0,00%	0,00%
Canarias	15	0,6	2	0,20%	-7,23%	8,47%
Cantabria	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Castilla La Mancha	20	0,8	4	0,50%	-8,23%	9,89%
Castilla y León	121	5	61	7,30%	-16,81%	26,81%
Cataluña	405	16,7	94	11,20%	-20,60%	54,10%
Extremadura	36	1,5	7	0,80%	-10,62%	13,60%
Galicia	110	4,5	39	4,70%	-16,29%	25,39%
La Rioja	26	1,1	13	1,60%	-9,24%	11,40%
Madrid	770	31,8	146	17,40%	-14,76%	78,44%
Murcia	84	3,5	32	3,80%	-14,85%	21,79%
Navarra	55	2,3	30	3,60%	-12,64%	17,18%
País Vasco	190	7,9	35	4,20%	-19,05%	34,77%
Valencia	290	12	79	9,40%	-20,51%	44,49%
Fuera de España			5	0,60%		
Sin contestación			187	22,30%		
Total	2418	100	838	100,00%		

En resumen, de los 2418 invitados a contestar la encuesta mediante un correo electrónico personalizado y la entrega de una contraseña para abrir el formulario, accedieron al cuestionario 1.254 investigadores, de los cuales 838 (el 34% del censo) respondieron a las preguntas, finalizando el formulario 496 y respondiéndolo parcialmente 342. Por último, 416 abandonaron sin contestar ninguna pregunta.

El formulario de encuesta

Con el propósito de conocer los perfiles de la identidad académica de los investigadores y las valoraciones de su experiencia en la investigación desarrollada en el campo de la comunicación, el cuestionario comprendió los apartados generales siguientes:

- a) *Información previa del encuestado sobre el Proyecto MapCom*, al objeto de estimar si el interés mostrado al contestar la encuesta se podría deber al conocimiento previo sobre este proyecto.
- b) *Perfil como investigador* (antigüedad, proyectos realizados, registros en bases de datos, sexenios, etc.) para poder relacionarlo con las respuestas que posteriormente se ofrecen al ser preguntado sobre su experiencia investigadora.
- c) *Adscripción profesional como investigador* para relacionar su perfil de investigador con los datos del censo de investigadores (universidad de adscripción, rango académico/laboral, grupos/equipos de investigación, Comunidad Autónoma, Docencia ejercida, etc.).
- d) *Experiencia investigadora*, para recabar información referida a la experiencia personal en la actividad investigadora desarrollada, tomando en consideración la fijación de objetivos, la elección de objetos de estudio, el tipo de técnicas empleadas en la elaboración y registro de datos, y la valoración de esta experiencia referida al beneficio obtenido como retorno.
- e) *Debilidades y Fortalezas de la Investigación en Comunicación*, al valorar negativamente o positivamente las condiciones materiales, organizacionales, e institucionales a que según su experiencia ha estado sometida en España la actividad investigadora.
- f) *Inserción en los perfiles sociodemográficos del censo de investigadores* en comunicación, respondiendo a las preguntas sobre edad, género, formación de origen y rango de ingresos económicos por la actividad profesional.

Con los datos obtenidos de esta encuesta, de los cuales aquí nos limitaremos a exponer y comentar los que corresponden al apartado d) sobre *Experiencia Investigadora*, pretendemos una cartografía territorial de tendencias por Comunidades Autónomas, pero no por secuencia temporal ninguna, porque para poder perfilar temporalmente el desarrollo de la actividad investigadora en comunicación que la universidad española realiza, ya sea compitiendo o ya sea complementando su actividad docente, serían necesarias encuestas periódicas y por el momento sólo se ha realizado una. Pero la participación constatada al comprobar los estratos de la muestra por universidades y CC.AA respecto al censo, nos permite interpretar los datos obtenidos sabiendo que éstos son representativos del universo de investigadores de la comunicación en la universidad española con titulaciones en Comunicación. Reiterando que aquí sólo se comentarán datos por CC.AA., mostraremos a continuación los perfiles más destacados en cada uno de los apartados de la *Experiencia Investigadora* en la encuesta.

Resultados y discusión de la Encuesta, a propósito de la fijación de objetivos de la investigación

En el cuestionario de la Encuesta se formulaba la siguiente pregunta: «Según tu trayectoria de investigación ¿para cuáles de estos objetivos y en cuáles campos temáticos has destinado preferentemente tu elección de objetos de estudio? Y

al encuestado se le proponía incluir los objetos de estudio más relevantes de su trayectoria investigadora, únicamente en uno de estos campos: «Comunicación Mediática», «Comunicación organizacional», «Comunicación grupal», o bien «Comunicación interpersonal», haciéndoles corresponderse con cualquiera de los objetivos de los que se citan en las filas de la Tabla 12, preferentemente asumidos en sus investigaciones, pudiendo dejar sin contestar algunos de ellos; y que en caso de que sus objetos de estudio resultaran difíciles de integrar en algunos de los campos citados, señalara la casilla de «Otros a especificar», reservándose esa especificación para expresarla en la pregunta siguiente.

Tabla 12: Objetivos versus Objetos de investigación por campos.

OBJETIVOS	Comunicación Mediática	Comunicación organizacional	Comunicación grupal	Comunicación interpersonal	Otro campo a especificar	Total respuestas	Sin contestación
DESCRIBIR: registrar, clasificar, catalogar, presentar y/o definir prácticas de comunicación para, p. ej., medir audiencias, cuantificar resultados, etc.	264 65.84 %	64 15.96%	20 4.99%	17 4.24 %	36 8.98%	401	437
EXPLICAR: establecer relaciones entre características del objeto de estudio proponiendo causas, efectos, correlaciones y/o evolución del objeto de estudio, recurriendo, p.ej. a teorías conocidas, o planteando alguna nueva.	265 63.10%	71 16.9%	21 5.00%	22 5.24 %	41 9.76%	420	418
EVALUAR: poner a prueba, o validar modelos. Así, p. ej., refutar o confirmar a reducción de disonancias cognitivas cuando se estudian los cambios de actitudes, o contrastar por análisis del <i>framing</i> los discursos nacionalistas.	219 63.85%	51 14.87 %	26 7.58%	17 4.96%	30 8.75%	343	495

INTERVENIR: utilizar modelos conocidos para cambiar conductas o procesos sociales. Así, p. ej., se hace en la investigación aplicada o en la investigación-acción, como sucede si se llevan a cabo dinámicas de grupos para modificación de conducta o si se aplica la técnica del <i>Brainstorming</i> para incrementar la creatividad.	166 52.20%	64 20.13%	37 11.64 %	20 6.29%	31 9.75%	318	520
---	---------------	--------------	---------------	-------------	-------------	-----	-----

Pues bien, los objetivos más frecuentes, que en esta Tabla se muestran en la columna de «Total respuestas», son por este orden, *Explicar*, *Describir*, *Evaluar* e *Intervenir*, mientras que estos se dejan «Sin contestación», en un orden inverso de frecuencia. Destaca también en esta misma tabla que los campos de la *Comunicación Mediática* y de la *Comunicación organizacional* encabezan las frecuencias mayores para cada uno de los objetivos asumidos de investigación. La *Comunicación Grupal* y la *Comunicación Interpersonal* se muestran también por este orden, como los campos menos frecuentados para integrar los objetos de estudio elegidos por los investigadores. Así pues, mientras no se apliquen nuevas encuestas al mismo universo de profesionales para descubrir tendencias, puede postularse que este perfil es de momento el mayoritario al comparar las proporciones en la elección de objetivos y de objetos de estudio por campos.

Si a continuación nos cuestionamos este perfil de confluencia entre objetivos de investigación y objetos de estudio según la CC.AA del investigador, los datos son los que se ilustran en los Gráficos 1, 2, 3, y 4.

A la vista de estos Gráficos 1 y 2, donde los Objetos de estudio se corresponden con los objetivos de construir o bien su *Descripción*, o bien de construir algún modelo que sirva de *Explicación*, lo primero destacable es la tendencia compartida por todas las CC.AA por ofrecer similares proporciones en cuanto a la elección de Objetos de estudio, e incluso similares proporciones en la frecuencia con que se deja «sin contestación» la pregunta, que en todas las CC.AA. casi alcanza a la mitad de los encuestados, pero sin superarla, lo que por el contrario en todas las CC.AA., es superada cuando los Objetivos son la *Evaluación* de los modelos de explicación (Gráfico 3) o la *Intervención* (Gráfico 4). Finalmente, en todas las CC.AA., sin excepción, y sea cual sea el Objetivo de investigación, el campo al que con mayor frecuencia se integra el Objeto de estudio es el campo de la *Comunicación Mediática*, seguido del campo de la *Comunicación Organizacional*, que sólo en algunos casos es superado por el campo de la *Comunicación Grupal*, pero sólo cuando el objetivo es la *Intervención*.

Si ahora se fija la atención en cuáles son las técnicas que los encuestados señalan como las más utilizadas con relación a los objetos de estudio por los campos que han sido elegidos en su experiencia investigadora (Tabla 13), se vuelve a repetir la prioridad del objeto de estudio integrado en el campo de la *Comunicación mediática*, siendo para este menester la técnica de análisis *documentales* (Análisis de contenido, Análisis del discurso, Análisis de documentación) las más utilizadas. Pero vuelve a sorprender que más de la mitad de los encuestados dejen la pregunta sin responder cuando se trata de indicar técnicas de investigación elegidas para abordar los objetos de estudio por campos, cualesquiera sean estos, si bien algo más de la mitad señala la elección de las técnicas de análisis documentales. Los datos a propósito de las técnicas elegidas en la investigación sobre los objetos de estudio por campos, vienen también a confirmar que la experiencia investigadora se expresa con limitaciones quizá debidas a que su dedicación carece de créditos académicos, la gran parte de ellos a favor de la dedicación docente, impidiendo a su disciplina el desarrollo propio de una madurez correspondiente al uso de técnicas como las de *Evaluación e Intervención*.

Tabla 13: Técnicas de elaboración y registro de datos versus Campos de Objetos de estudio.

TÉCNICAS	Objetos de estudio por Campos						Sin contestación
	Comunicación Mediática	Comunicación organizacional	Comunicación grupal	Comunicación interpersonal	Otro campo, a especificar	Total de respuestas	
CONVERSACIONALES: Entrevistas. Discusión de grupo. Grupo de discusión. Dinámica grupal de intervención. Phillips 66. Delphi. Varias.	203 56.39%	64 17.78%	49 13.61%	29 8.06%	15 4.17%	360	478
DOCUMENTALES: Análisis de contenido. Análisis del discurso. Análisis de documentación. Varias.	309 73.57%	50 11.90%	25 5.95%	11 2.62%	25 5.95%	420	418
DE ENCUESTA: Encuesta de opinión. Encuesta de actitudes. Varias.	183 55.45%	55 16.67%	46 13.94%	29 8.79%	17 5.15%	330	508
EXPERIMENTALES: Experimentos de sujeto, de grupo, de campo. Varias.	136 51.71%	49 18.63%	36 13.69%	25 9.51%	17 6.46%	263	575
OBSERVACIONALES: Auto-observación. Observación sistemática. Observación participante. Varias.	148 49.01%	55 18.21%	35 11.59%	44 14.57%	20 6.62%	302 478	536

Si ahora fijamos la atención en lo que se muestra cuando los Objetos de estudio y el uso de Técnicas de elaboración y registro de datos se relacionan por CC.AA. (Gráficos 5, 6, 7, 8 y 9), se advierte en primer lugar que en todas ellas se comparan similares perfiles en los usos de técnicas en relación con los campos para los Objetos de estudio. Y en todas ellas más de la mitad de los investigadores dejan la pregunta sin contestar, salvo cuando la técnica empleada es de carácter *Documental* (Gráfico 6). Es de destacar igualmente que tratándose de estas técnicas (Análisis de contenido, Análisis del discurso, y Análisis para Documentación) es comprensiblemente el Campo de la *Comunicación Mediática* el dominante, si bien es también el más frecuente cualquiera sea el género de técnicas empleado. Ahora bien, reparando en cuáles son los campos que se corresponden con el segundo lugar por su frecuencia de aparición, se advierte que son las técnicas basadas en *Conversaciones* (Gráfico 5) y en *Encuestas* (Gráfico 7), las primeras correspondiendo con Objetos de estudio propios del campo de la *Comunicación Grupal* (Gráfico 5), salvo en Valencia y Cataluña donde con estas técnicas destaca en segundo lugar la *Comunicación Organizacional*, y las segundas con el campo de la *Comunicación grupal* también. Finalmente, el campo de la *Comunicación Interpersonal* siempre se sitúa en tercer lugar de frecuencia, salvo en Madrid si se trata del uso de técnicas por *Encuestas* y por *Observaciones* (Gráfico 9). En fin, las técnicas *Experimentales* (Gráfico 8), mayoritariamente silenciadas (o sin contestación), llevan a asociarse con el campo de la *Comunicación Grupal* especialmente en aquellas CC.AA donde este campo se sitúa en segundo lugar de preferencia (caso de Madrid, Galicia y Castilla y León).

Así pues, por los datos de la encuesta se comprueba la existencia de las tendencias metodológicas apuntadas, habida cuenta de que todas las CC.AA., con independencia de la diversa cantidad de Tesis y Proyectos I+D que en cada una se contabilizan, ofrecen similares perfiles por la frecuencia con que se distribuyen las técnicas de elaboración y registro de datos utilizadas, y aplicadas a idénticos campos para los objetos de estudio.

Gráfico 1: Objetos de estudio para ser Descritos, por CC.AA.

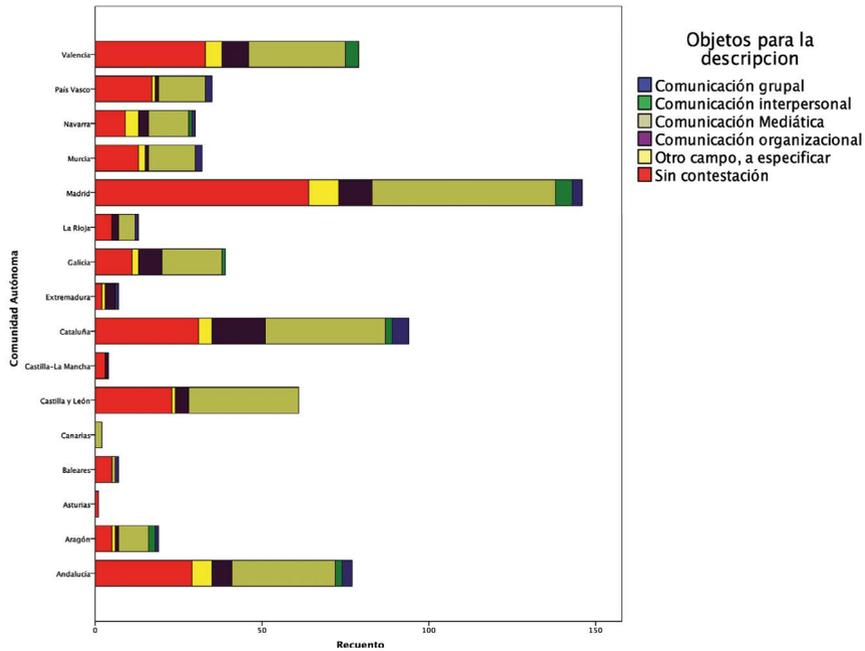


Gráfico 2: Objetos de estudio para ser Explicados, por CC.AA.

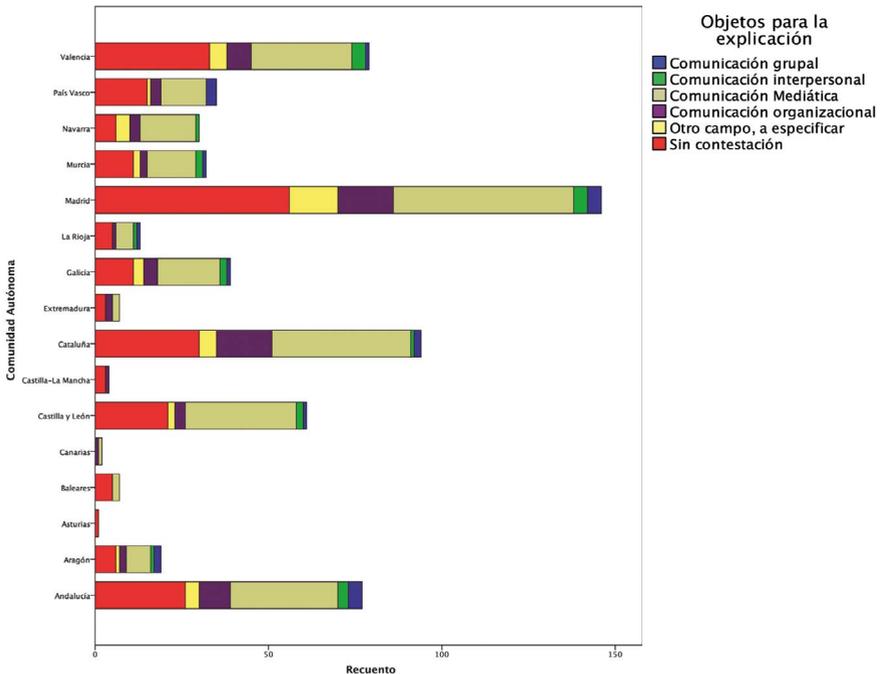


Gráfico 3: Objetos de estudio cuyos modelos sirven para ser Evaluados, por CC.AA.

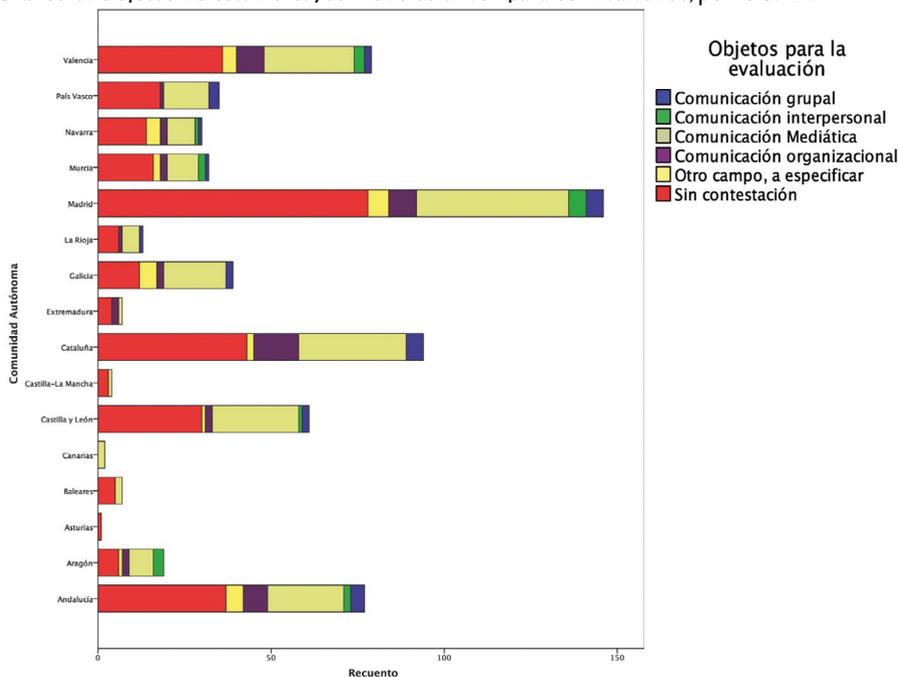


Gráfico 4: Objetos de estudio cuyos modelos sirven para proyectos de Intervención, por CC.AA.

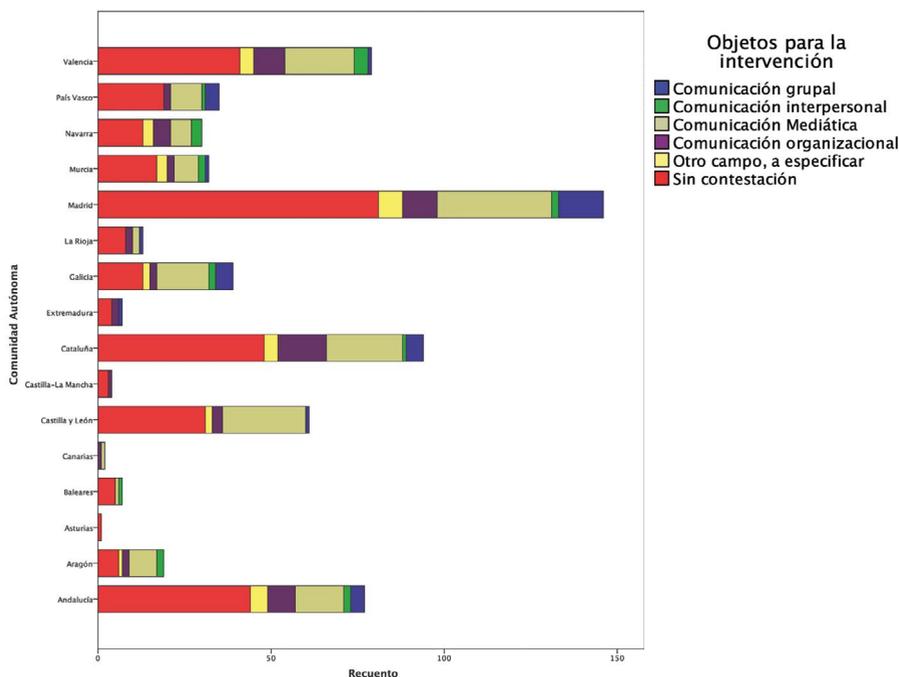


Gráfico 5: Objetos de estudio y uso de Técnicas Conversacionales, por CC.AA.

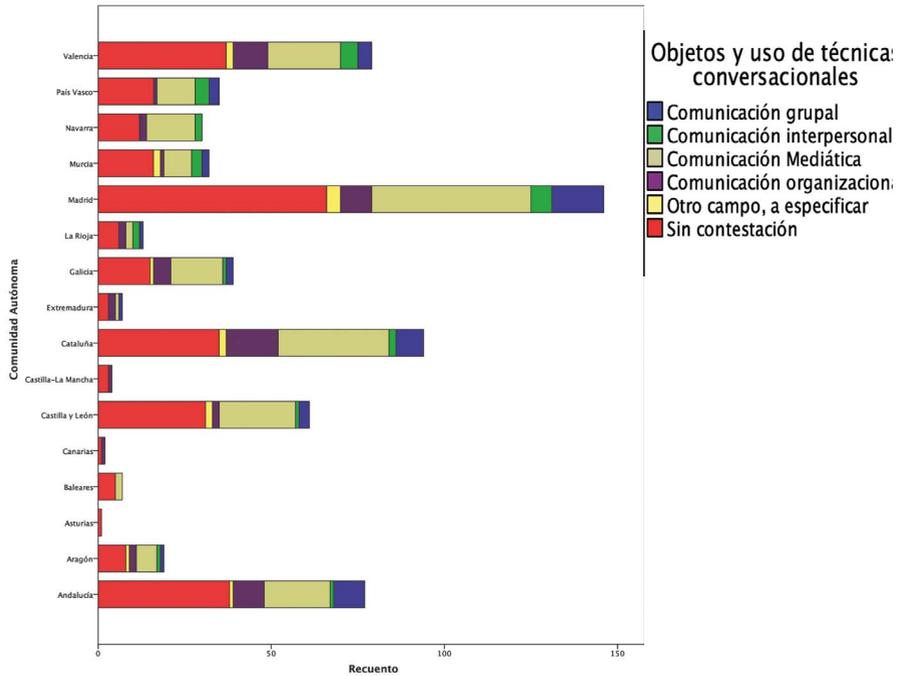


Gráfico 6: Objetos de estudio y uso de Técnicas Documentales, por CC.AA.

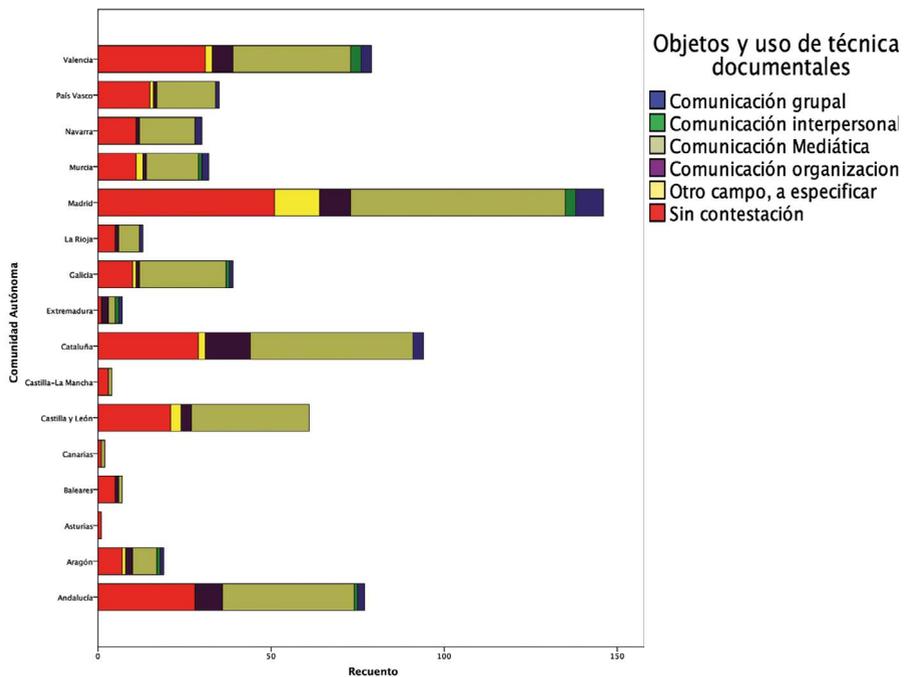


Gráfico 7: Objetos de estudio y uso de Técnicas de Encuesta, por CC.AA.

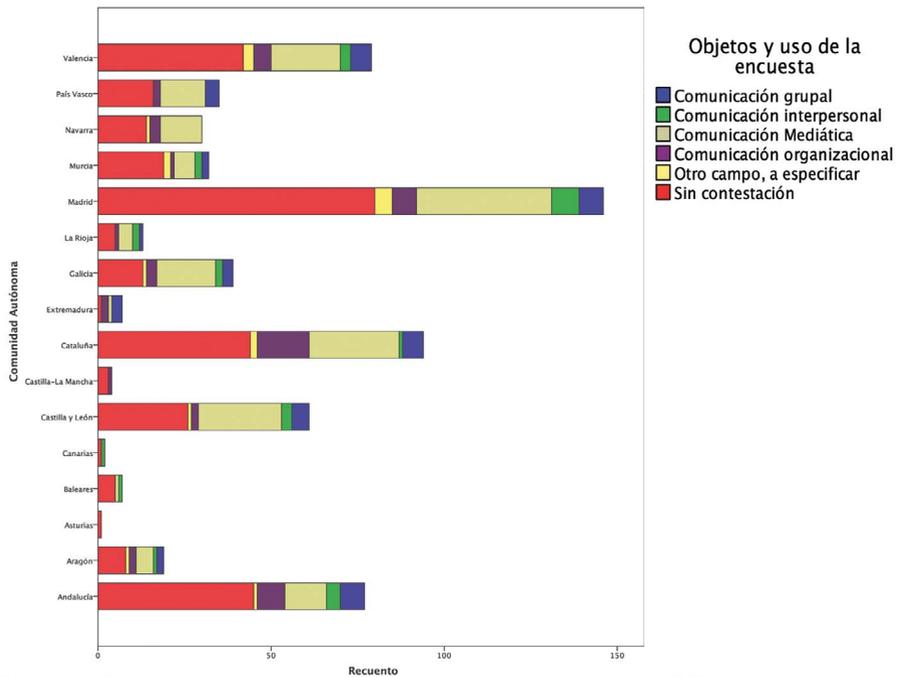


Gráfico 8: Objetos de estudio y uso de Técnicas Experimentales, por CC.AA.

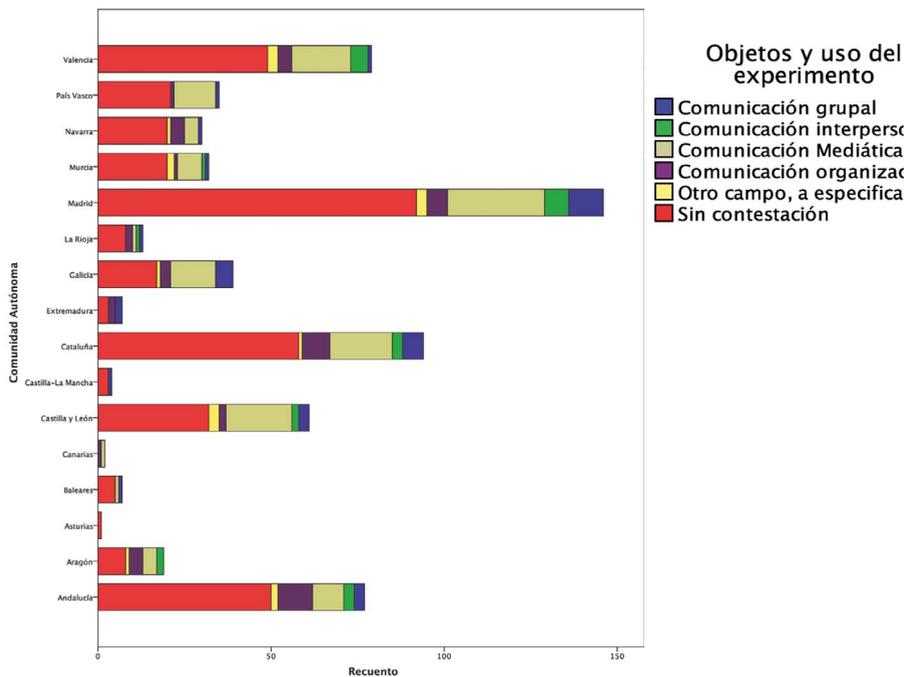
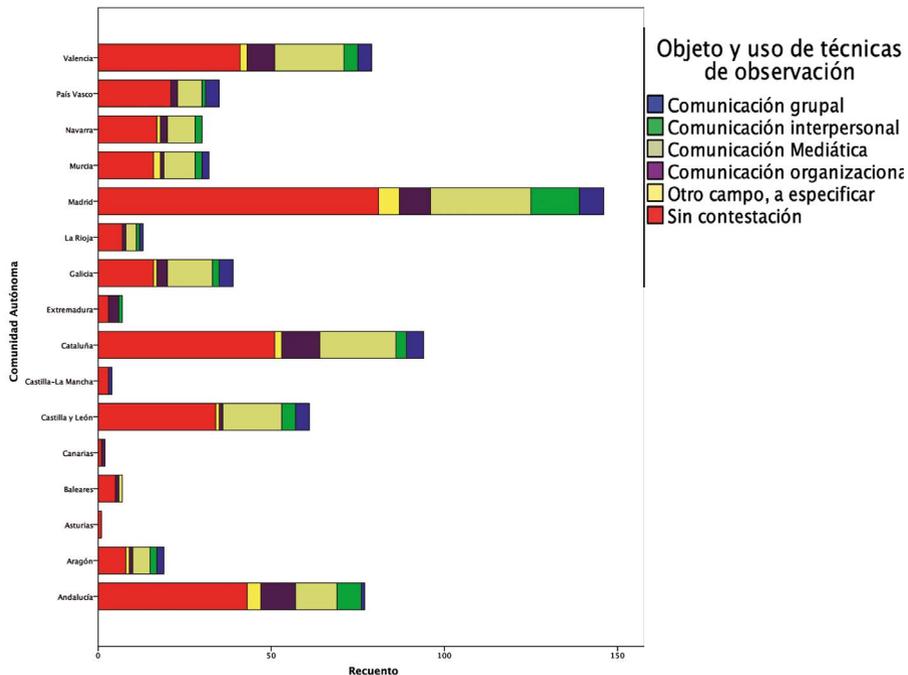


Gráfico 9: Objetos de estudio y uso de Técnicas de Observación, por CC.AA.



Bibliografía

- Blázquez-Ochando, M. (2015). «Tesis doctorales en las universidades españolas durante el período 1977-2014». Mblazquez.es. Investigación en documentación, 23 noviembre. <http://mblazquez.es/tesis-doctorales-en-las-universidadesespanolas-durante-el-periodo-1977-2014>.
- Caffarel, C.; Domínguez, M.; Romano, V. (1989). «El estado de la investigación en comunicación en España (1978-1987)». *Cuadernos de investigación en comunicación* (Cinco), n. 3, pp. 45-57.
- Caffarel, C.; Cáceres, D. (1993). «La comunicación en España: planteamientos temáticos y metodológicos entre 1987 y 1990. La investigación en España». *Cuadernos de investigación en comunicación* (Cinco), n. 29, pp. 23-30.
- Caffarel, C.; Ortega, F.; Gaitán, J.A. (2017). Investigación en Comunicación en la Universidad Española en el periodo 2007-2014. *El profesional de la información*. vol. 26, n. 2, pp. 218-227.
- Delgado-López-Cózar, E.; Torres-Salinas, D.; Jiménez-Contreras, 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*, V. 29, N. 4, PP. 493- 524.
- Díaz Nosty, B. y de Frutos, R. (coord.) (2016). Rumbos de la Comunicación en España. III Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación, Málaga, 12 y 13 de noviembre de 2015.
- Fernández-Quijada, D.; Masip, P. (2013). «Tres décadas de investigación española en comunicación: hacia la mayoría de edad». *Comunicar*, v. 21, n. 41, pp. 15-24.
- Fuentes-Pujol, E.; Arguimbau-Vivó, Ll. (2010). «Las Tesis doctorales en España (1997-

- 2008): análisis, estadísticas y repositorios cooperativos». *Revista española de documentación científica*, v. 33, n. 1, pp. 63-89.
- Gaitán Moya, J.A.; Lozano Ascencio, C. y Piñuel Raigada, J.L. (2016). «Prospectiva de la investigación sobre TV a partir de los Proyectos I+D y Tesis doctorales de 2007 a 2013 en las Facultades españolas de comunicación». *Revista de la Asociación Española de Comunicación*, Vol.6, Nº3, pp.51-59.
- Gaitán, J.A. (2014). «Investigación universitaria e investigación de mercado en comunicación: comparación y contraste en España». IV Congreso Internacional de la AE-IC: Espacios de comunicación, Bilbao, 21-24 de enero, pp. 1779-1790.
- Gaitán, J. A., Lozano, C., Piñuel, J.L. (2016). «Prospectiva de la investigación sobre TV a partir de los Proyectos I+D y Tesis doctorales de 2007 a 2013 en las Facultades españolas de comunicación». *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (RAEIC)*. Volumen 3. Nº 6. Segundo semestre. pp. 51 -59.
- Jones, D.E. ; Baró, J.; Landa, C.; Ontalba-Ruipérez, JA. (2000). *Investigación sobre comunicación en España: aproximación bibliométrica a las tesis doctorales (1926-1998)*. Barcelona: ComCat.
- Jones, D.E. (1998). «Investigación sobre comunicación en España. Evolución y perspectivas». *Zer*, n. 5, pp. 13-51.
- Leydesdorff, L. (2003). *A Sociological Theory of Communication. The Self-Organization of the Knowledge-Based Society*. Parkland, FL: Universal Publishers.
- Lledó, E. (1961) *El Silencio de La Escritura*, Madrid, Espasa.
- Lozano Ascencio, C. (2014). «Una encuesta on line aplicada en España a instituciones y empresas consultoras sobre investigación de la comunicación con valor de mercado» IV Congreso Internacional de la AE-IC. Bilbao, pp. 1764- 1777.
- Lozano Ascencio, C. y Piñuel Raigada, J.L. (2015). MAPIBERCOM. Una metodología para configurar un Mapa interactivo de Investigación en Iberoamérica sobre prácticas sociales de Comunicación. XIV Congreso Internacional IBERCOM 2015 Universidad de Sao Paulo. Brasil. 3-13 pp.
- Lozano, C., & Gaitán, J. (2016). «Vicisitudes de la investigación en comunicación en España en el sexenio 2009-2015». *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social Disertaciones*, 9(2), 139-162.
- Luhmann, N. (1998). *Complejidad y modernidad. De la unidad a la diferencia*, Madrid. Trotta.
- Martínez-Nicolás, M.; Saperas-Lapiedra, E. (2011). «La investigación sobre comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas». *Revista latina de comunicación social*, n. 66, 101-129.
- Martínez-Nicolás, M. (2009). «La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales». *Revista latina de comunicación social*, n. 64, pp. 1-14.
- Maturana H. y Varela, F (1996). *El árbol del conocimiento*. Madrid, Debate [1984].
- Montero-Díaz, J., Cobo, M., Gutiérrez-Salcedo, M., Segado-Boj, F. & Herrera-Viedma, E. (2018). «A science mapping analysis of 'Communication' WoS subject category (1980-2013). [Mapeo científico de la Categoría «Comunicación» en WoS (1980-2013)]. *Comunicar*, 55, 81-91. <https://doi.org/10.3916/C55-2018-08>
- Piñuel Raigada, J.L., Lozano Ascencio, C., García Jiménez, A. Eds. (2011). *Investigar la comunicación en España*. Vol. I. Universidad Rey Juan Carlos. Fuenlabrada (Madrid).
- Piñuel Raigada, J.L. (2015). «Metodología de la investigación que se está practicando en España sobre comunicación». En: Eguizábal, R. *Metodologías I*, Madrid: Fragua.
- Piñuel, J.L., Gaitán, J. A., Lozano, C., Gallardo, L. (2017) «Perfiles de la investigación en proyectos de i+d y tesis doctorales en área I de MapCom» en Nosty, B y Frutos, R (Coords.) *Tendencias de la Investigación Universitaria Española en Comunicación*. Ed. Thomson Reuters 35-58 pp.
- Piñuel, J.L., Lozano, C., Gaitán, J.A. (2015). «Propuesta de estudio para realizar un mapa de la investigación en comunicación en América Latina» *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación (ALAIIC)*. v. 12, n. 22 (12). 2015 44-54 pp.
- Piñuel, J.L. & Lozano, C. (2006). *Ensayo general sobre la comunicación*. Barcelona, Paidós, pp 120 y ss.
- Piñuel-Raigada, J.L. (2009). «La comunicación como objeto científico de estudio, como campo de análisis y como disciplina científica». *Contratexto digital*, n. 18, pp. 1-22.
- Piñuel-Raigada, J.L. (2011). La docencia y la

- investigación universitarias en torno a la Comunicación como objeto de estudio en Europa y América Latina. *Colección Cuadernos Artesanos de Latina*, n. 15. La Laguna-Tenerife: SLCS.
- Piñuel-Raigada, J.L.; Lozano-Ascencio, C.; García-Jiménez, A. (eds.) (2011). Investigar la Comunicación en España. Actas del 1er Simposio Nacional de Grupos consolidados de Investigación en Comunicación y 1er Congreso nacional de Metodología de la Investigación en Comunicación. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Rey Juan Carlos.
- Ranke, L. von (1954). *Epochen*. Darmstadt.
- Repiso, R.; Delgado-López-Cózar, E.; Torres-Salinas, D. (2011a). «Análisis bibliométrico de la producción española de tesis doctorales sobre Cine. 1978- 2007». En: Bort-Gual, Iván; García-Catalán, Shaila; Martín-Núñez, Marta (eds.). IV Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico. Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea. Madrid: Ediciones.
- Repiso, R.; Delgado-López-Cózar, E.; Torres-Salinas, D. (2011b). «Análisis bibliométrico y de redes sociales en tesis doctorales españolas sobre televisión (1976/2007)». *Comunicar*, v. 19, n. 37, pp. 151-159.
- Rodrigo-Alsina, M.; García-Jiménez, L. (2010). «Communication theory and research in Spain: A paradigmatic case of a socio-humanistic discipline». *European journal of communication*, v. 25, n. 3, pp. 273-286.
- Vicente-Mariño, M., González-Hortigüela, T., Y Pacheco-Rueda, M. (coord.) (2013). Investigar la comunicación hoy: revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas. II Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación y del Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación.
- Vigotsky, L. (1988). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*, Crítica, Grijalbo, México, pp. 87-94 y 123-140.
- Xifra, J.; Castillo, A. (2006). «Forty years of doctoral public relations research in Spain: A quantitative study of dissertation contribution to theory development». *Public relations review*, v. 32, n. 3, pp. 302-308.

