

La investigación en comunicación en las universidades españolas
Communication Research in Spanish Universities

Gloria Gómez-Escalonilla. Universidad Rey Juan Carlos (España)

Doctora en Ciencias de la Información por la UCM. Titular de Universidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la URJC. Secretaria Académica del Departamento de Ciencias de la Comunicación y Sociología, URJC.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1708-9665>

Artículo recibido: 17/10/2020 – Aceptado: 10/11/2020

Resumen:

Se presentan en este artículo los resultados del proyecto “Mapa de la Investigación en Comunicación en las Universidades Españolas de 2007 a 2018” referidos a la metodología de las investigaciones. En concreto se da cuenta de las técnicas de investigación que se han utilizado en las principales prácticas científicas realizadas en España en los últimos 10 años: proyectos I+D+i, artículos científicos publicados en revistas indexadas y tesis doctorales del ámbito de la comunicación. Las conclusiones permiten confirmar al análisis de contenido como la técnica más utilizada en las prácticas científicas del campo de la comunicación, aunque también se utilizan, en menor proporción, otras técnicas de investigación social: análisis del discurso, entrevistas en profundidad y encuestas.

Palabras clave:

Meta-investigación; Metodología de investigación; Comunicación; Técnicas de investigación; Análisis de contenido

Abstract:

This article presents the results of the project "Map of Research in Communication in Spanish Universities from 2007 to 2018" referring to the research methodology. Specifically, it gives an account of the research techniques that have been used in the main scientific practices carried out in Spain in the last 10 years: R + D + i projects, scientific articles published in indexed journals and doctoral theses in the field of communication. The conclusions confirm that content analysis is the most widely used technique in scientific practices in the field of communication, although other social research techniques are also used to a lesser extent: discourse analysis, in-depth interviews and surveys.

Keywords:

Meta-research; Research methodology; Communication; Research techniques

1. Introducción

Indagar en la investigación en el campo de la comunicación y específicamente sobre su metodología es relevante para conocer cómo se realizan los estudios en este campo y caracterizar su posible especificidad metodológica. Por ello, este trabajo se propone como objetivo conocer las técnicas de investigación que se han utilizado en las investigaciones realizadas desde 2007 a 2018 en las universidades españolas en el área de la comunicación.

Este estudio concreto forma parte del proyecto “Mapa de la Investigación en Comunicación en las Universidades Españolas de 2007 a 2018” (PGC2018-093358-B-100, Ministerio de Ciencia e Innovación) que ofrece un repositorio de la investigación en comunicación realizada en España desde 2007 a 2018¹, registrando los proyectos I+D+i, los artículos publicados en revistas indexadas, las comunicaciones presentadas a los congresos de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación (AEIC) y las Tesis Doctorales leídas en universidades españolas sobre comunicación. En el proyecto Mapcom, además de realizar un repositorio de estas producciones científicas, se analizan ciertas variables de identificación de la producción, autoría, tipo de objeto, y de metodología. En esta aportación que se presenta en esta ocasión se analizan exclusivamente las técnicas de investigación utilizadas tanto en los proyectos como en tesis doctorales, así como en los artículos de investigación publicados en las revistas indexadas, excluyendo del análisis las comunicaciones presentadas a los congresos porque la mayoría no corresponden a investigaciones científicas y, por lo tanto, no se concretan las técnicas utilizadas (Gómez-Escalonilla e Izquierdo Iranzo, 2020).

Analizar la investigación en comunicación es una línea con cierta tradición, pues se cuenta con referencias, entre otros, de: Almirón y Reig, 2007; Martínez Nicolás y Saperas, 2011; Fernández Quijada y Masip, 2013; Rodríguez Gómez, Goyanes y Rosique, 2018. Sobre los aspectos metodológicos, también hay referencias reseñables: como López Rabadán y Vicente, 2011; Ferran, Guallar, Abadal y Server, 2017; Tramullas, 2020 o Caffarel, Gaitán, Piñuel y Lozano, 2018, aportación esta última que se enmarca en el anterior proyecto Mapcom que abarcaba hasta 2013. El análisis que se presenta a continuación actualiza los datos hasta llegar a 2018, y toma como punto de partida el trabajo anterior, donde se señalaba como principal técnica de investigación “el análisis de documentos, preferentemente de tipo cuantitativo” (Caffarel, Ortega y Gaitán, 2017). En esta contribución se parte, pues, de la hipótesis de que las técnicas documentales son las técnicas más utilizadas en la investigación en comunicación en España, principalmente el Análisis de Contenido, la técnica que analiza los mensajes desde la perspectiva cuantitativa.

2. Metodología

Este trabajo sigue la metodología empleada en el proyecto del que forma parte: mapear y realizar un censo contribuciones científicas, diferenciando proyectos de investigación,

1 <http://www.mapcom.es>

tesis doctorales, artículos de investigación y comunicaciones presentadas en los congresos de la AEIC, contribución que en este caso no se ha analizado. Cada práctica de investigación ha requerido una diferente estrategia metodológica para conseguir los datos.

Para la obtención de la información de los proyectos competitivos, se ha solicitado la información al Ministerio de Ciencia e Innovación, ampliando la información con las Universidades, investigadores principales y memorias de proyectos concedidos. Se ha obtenido el listado de todos los proyectos competitivos concedidos y se han seleccionado los proyectos cuyo ámbito y objeto se relacionan con fenómenos comunicativos. El censo de proyectos de comunicación desde 2007 a 2018 conforman un universo de 250 proyectos concedidos.

En el caso de los artículos de investigación, se han seleccionado en primer lugar las revistas científicas que aparecen entre las primeras del índice h elaborado por *Google Scholar*: *Comunicar*, *Revista Latina*, *Comunicación y Sociedad*, *Estudios del Mensaje periodístico*, *Telos*, *Zer*, *Trípodos*, *El Profesional de la información* e *Historia y Comunicación Social*. De todos los artículos publicados en las 9 revistas a lo largo de estos 11 años, se han seleccionado solo los que derivan de proyectos de investigación I+D+i, resultando un total de 406 artículos.

Para las tesis doctorales se han registrado las leídas en las Facultades de Ciencias de la Comunicación o de la Información en el periodo establecido, obteniendo la información de la base de datos Teseo y resultando un censo de tesis leídas desde 2007 a 2018 de 2.784 tesis doctorales.

En total se han registrado 3.440 contribuciones que constituyen el corpus de esta investigación. Sobre cada una de estas prácticas se cumplimentó una ficha de análisis, y aunque el proyecto Mapcom contempla más variables, en este acercamiento solo se han explotado las que específicamente se refieren a las técnicas de investigación, cruzando con las variables que identifican el tipo contribución, puesto que no se han reseñado diferencias significativas con las variables de año de publicación o género del primer autor, investigador o doctorando que realizaba la investigación.

3. Resultados

3.1. Técnicas utilizadas en las investigaciones en comunicación

Se investigan en este artículo las técnicas de investigación que se han utilizado en los estudios realizados en España en el ámbito de la comunicación de 2007 a 2018. Aunque hay diferentes clasificaciones en el ámbito de la metodología, disenso que justifica la escasa investigación sobre su uso (Martínez Nicolás, 2020), se ha seguido a los autores de referencia en el campo de la metodología en esta área: Wimmer y Dominick (1996), Gaitán y Piñuel (1998) o Igartua (2006) y lo que especifican las producciones científicas analizadas para diferenciar unas técnicas de otras.

El análisis de las 3.440 producciones científicas registradas desde 2007 a 2018 que se han estudiado permite identificar las técnicas de investigación utilizadas en el campo de

la comunicación. De esta manera, se han utilizado el Análisis de contenido, el Análisis del discurso y el análisis documental, dentro de las técnicas documentales. También se han utilizado técnicas experimentales, además de la entrevista abierta, las técnicas grupales y las encuestas. De manera muy minoritaria se utilizan otras técnicas, entre las que cabe mencionar la observación sistemática, participante o la auto-observación. El uso de las principales técnicas de investigación por parte de las prácticas científicas analizadas se resumen en la Tabla 1.

Tabla 1

Técnicas de investigación utilizadas en las investigaciones en comunicación

Técnicas	N	%
Análisis de contenido	1001	29
Análisis del discurso	541	15.7
Análisis documental	609	17.7
Encuestas	429	15
Entrevistas	135	3.9
Experimentos	99	2.8
Técnicas de grupo	118	3.4
Sin especificar o técnicas minoritarias	508	14.7
Total	3440	100

3.1.1. La entrevista abierta o entrevista en profundidad

Los resultados del estudio confirman la utilización de la entrevista en profundidad en los estudios científicos en el ámbito de la comunicación. La entrevista en profundidad puede definirse como la conversación entre dos personas que se realiza con fines de investigación, es decir, para obtener datos. Merton y Kendall (1946, p. 545) establecieron sus características principales: “No dirección: que la mayoría de las respuestas sean espontáneas y libres, en vez de forzadas o inducidas; Especificidad: animar al entrevistado a dar respuestas concretas, no difusas o genéricas; Amplitud: indagar en la gama de evocaciones experimentadas por el sujeto y Profundidad y contexto personal: se deben sacar implicaciones afectivas o valorativas del sujeto” (Vallés, 2007, p. 21).

En el campo de la investigación en comunicación, la entrevista en profundidad se ha utilizado en 135 investigaciones, lo que supone un 4% del total de investigaciones realizadas en los últimos diez años.

3.1.2. Las técnicas grupales

Las entrevistas en profundidad son técnicas cualitativas, al igual que las técnicas grupales, ambas basadas en lo que los sujetos cuentan, las primeras cuando los sujetos son interrogados de uno en uno, las segundas trabajando con grupos. Existen, desde ese punto de vista, diferentes técnicas grupales, pues se pueden distinguir el focus group de

las dinámicas de grupo, los Delphi o incluso los Philips 66, pero en este acercamiento se han considerado en su conjunto pues comparten la esencia de ser “técnicas no directivas que tienen por finalidad la producción controlada de un discurso por parte de un grupo de sujetos que son reunidos, durante un espacio de tiempo limitado, a fin de debatir sobre determinado tópico propuesto por el investigador” (Vallaso de Lopes, 1992, p. 200).

En la investigación en el ámbito de la comunicación, la utilización de técnicas grupales, que son sobre todo focus group, se han utilizado en 118 investigaciones, lo que constituye el 3% del total.

3.1.3. Encuestas

La entrevista en profundidad y las técnicas grupales son técnicas basadas en la interrogación a los sujetos que utilizan una estrategia cualitativa en su aproximación al objeto de estudio, pero también se puede utilizar una estrategia cuantitativa en el análisis de los datos que los sujetos ofrecen cuando se les interroga, procedimiento que se utiliza la encuesta. “Una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población” (García Ferrando, 2000, p. 123).

En el ámbito de la comunicación, la encuesta se ha utilizado en 429 investigaciones científicas, constituyendo el 15% del total. Hay que señalar que la encuesta es la estrategia de investigación que más se ha seguido en la práctica de la investigación social, especialmente en la sociología (Anguita *et al*, 2003), por lo que el uso hasta cierto punto minoritario en las ciencias de la comunicación puede ser una señal de identidad de la metodología que se aplica en este campo disciplinar.

3.1.4. Técnicas documentales

Además de poder recurrir a los sujetos investigados, la investigación puede recurrir a los documentos para obtener los datos. Ahora bien, analizar documentos se puede hacer de diferente manera según se privilegie una estrategia más cuantitativa, que implica cuantificar dimensiones objetivas, como hace el Análisis de contenido; o de una manera más cualitativa interpretando los mensajes, como hace el Análisis del Discurso; aunque también se puede hacer de una manera más convencional, sirviéndose del análisis documental como manera de obtener datos primarios.

Ahora bien, aunque existan estos tres procedimientos, no toda la comunidad científica reconoce estas tres estrategias de forma diferenciada. Wimmer y Dominick (1996) obvian el análisis del discurso en la clasificación de métodos y técnicas de investigación en comunicación que abordan en su manual. Del mismo modo, Sayago (2014) considera el análisis del discurso como técnica cuantitativa y cualitativa para investigar los mensajes. Esta falta de reconocimiento de una u otra técnica, que en la mayoría de las ocasiones afecta únicamente a su denominación, se debe a que estas modalidades de investigación surgieron en entornos diferentes dominados por una perspectiva más

positivista y, por tanto, más cuantitativista, o más fenomenológica y próxima a planteamientos cualitativistas. La tradición norteamericana de la Mass Communication Research ha seguido tradicionalmente posiciones cuantitativas, y en ese entorno se prima el análisis de contenido, mientras que en Europa se empiezan a investigar los contenidos mediáticos con un tipo de análisis más lingüístico, bebiendo del estructuralismo de Saussure o Jakobson o la semiótica de Barthes o Greimas, con lo que las metodologías de análisis de textos practican estrategias más cercanas al análisis del discurso. Esta dualidad entre los cuantitativistas y cualitativistas que ha impregnado el debate metodológico en las ciencias sociales está siendo superado a favor de un mayor reconocimiento de ambas perspectivas, e incluso por su utilización conjunta, como la propuesta que realiza Vicente (2009) por la triangulación metodológica entre el análisis de contenido y el análisis del discurso.

En todo caso, en este trabajo realizado sobre las técnicas de investigación utilizadas en las prácticas científicas de la universidad española de 2007 a 2018 hay estudios que utilizan los documentos para obtener datos bien primando una estrategia documental, bien una cuantitativa o bien la cualitativa. Pues bien, el análisis de contenido, que puede definirse como ya lo hizo Berelson como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (1952, p. 18) se ha utilizado en el 29% de los casos, utilizando esta técnica 1.000 investigaciones de las 3.440 analizadas. Es la técnica que más se utiliza en la investigación en comunicación. En eso se coincide con otras investigaciones, como la de Martínez Nicolás, Saperas y Carrasco (2019) o la de Rodríguez Gómez, Goyanes y Rosique, para quienes el análisis de contenido es también la técnica que más se utiliza, pero se aplica “en el 9,4% de los casos” (2018, p. 236).

Hablar del Análisis del discurso es mucho más difícil porque no hace referencia a una técnica de investigación al uso; sino que hace referencia a toda una disciplina, al decir de muchos científicos. También abunda en esa idea Abril (2009) para quien “el análisis del discurso trata un conjunto de metodologías orientadas al estudio de la producción, circulación, e interpretación del sentido en contextos enunciativos determinados”. Y buscando ese sentido, fundamentalmente en los estudios mediáticos, se han dedicado un total de 541 investigaciones en los últimos diez años, lo que constituye el 15,7 % del total.

Al análisis de contenido y análisis del discurso se une el análisis documental como técnica de producción de datos primarios. El análisis documental no se limita al proceso de documentación que cualquier esfuerzo investigador debe realizar para contextualizar el objeto, realizar el estado del arte e interpretar y discutir los resultados obtenidos, sino que utiliza este acceso a fuentes secundarias para la obtención de datos primarios, realizando análisis e interpretaciones posteriores utilizando bases de datos o estadísticas disponibles, ámbito que se ha visto potenciado en los últimos años tras el impulso del big data. Pues bien, el análisis documental se ha utilizado en 609 casos, representando cerca del 18% del total.

Las técnicas documentales son las que más se utilizan en la investigación en comunicación que se ha analizado en este estudio, lo cual resulta coherente teniendo en cuenta que los propios productos comunicativos, como periódicos, revistas, páginas de

internet o registros audiovisuales, pueden ser considerados documentos, y para su estudio y análisis se privilegian las técnicas de investigación documental.

3.1.5. Técnicas experimentales

Y si estas técnicas documentales se utilizan, y mucho, en la investigación en comunicación, no sucede lo mismo con las técnicas experimentales. En los experimentos el investigador manipula ciertas variables y luego observa las reacciones de los participantes en otras” (Igartua, 2006, p. 329). Estas técnicas son especialmente adecuadas para investigar la causalidad, el efecto de algo concreto, de hecho, las investigaciones iniciales sobre los efectos de los medios utilizaban este método experimental combinado con la encuesta, como la famosa *The People’s Choice. How the Voter Makes Up his Mind in the Presidential Campaign* que dirigió Lazarsfield en 1944.

A pesar de utilizarse en estos primeros inicios de la investigación en este campo, en los años estudiados y en el marco español solo representan el 3% de las investigaciones, lo que no llega a 100 investigaciones concretas.

3.2. Las técnicas de investigación según las distintas contribuciones

El análisis realizado anteriormente permite identificar el uso de las distintas técnicas de investigación por el total de producciones científicas analizadas, aunque es posible distinguir ciertas preferencias en el uso de unas u otras en función del tipo de contribución de que se trate: tesis doctorales, artículos publicados en revistas indexadas o proyectos competitivos I+D+i, y comparar las soluciones metodológicas en función de este tipo de contribución.

3.2.1. Técnicas utilizadas en las tesis doctorales en comunicación

Entre 2007 y 2018 se han leído en España 2.784 tesis doctorales en comunicación. Pues bien, como se señala en la tabla 2, la técnica más utilizada es el análisis de contenido, pues se ha utilizado en 757 tesis, lo que constituye el 27% de las tesis, casi una de cada tres. Le siguen el análisis del discurso y el análisis documental, con un 17% cada una. Las técnicas documentales son las más utilizadas, más de la mitad de las tesis han utilizado dichas técnicas. Entre las que no son documentales, priman las encuestas, seguidas de las entrevistas, con un 10 y 11% cada una. En muy pocas ocasiones se utilizan técnicas experimentales o grupales.

Tabla 2

Técnicas de investigación utilizadas en las Tesis Doctorales en Comunicación

Técnicas	N	%
Análisis de contenido	757	27.2
Análisis del discurso	476	17.1
Análisis documental	473	16.9

Encuestas	316	11.3
Entrevistas	280	10.2
Experimentos	77	2.7
Técnicas de grupo	81	2.9
NC/NC	324	11.7

3.2.2. Técnicas utilizadas en los artículos de las revistas indexadas

De 2007 a 2018 se han publicado en las revistas indexadas más importantes en España en el ámbito de la comunicación un total de 406 artículos de autores españoles basados en proyectos competitivos. En 40 ocasiones no se identifica la técnica utilizada. En los 366 restantes, la que más se utiliza es, de nuevo, el análisis de contenido, más de uno de cada tres. Sin embargo, son menos, con respecto al total y con respecto a las tesis, los artículos que utilizan la técnica documental cualitativa, solo 30 artículos basados en algún tipo de análisis del discurso, lo que representa un 7% de los artículos indexados.

Sin embargo, sí que se utiliza el análisis documental, pues en cerca de un cuarto de los artículos se utiliza esta técnica para producir datos primarios, en todo caso más que las otras técnicas que se identifican, pues tanto las encuestas como las entrevistas se sitúan en torno al 10% y, muy por debajo, los experimentos o las técnicas grupales.

Tabla 3

Técnicas de investigación utilizadas en los artículos indexados

Técnicas	N	%
Análisis de contenido	142	34.9
Análisis del discurso	30	7.3
Análisis documental	93	22.9
Encuestas	54	13.3
Entrevistas	31	7.6
Experimentos	3	0.7
Técnicas de grupo	12	2.9
NC/NC	40	10

3.2.3. Técnicas utilizadas en los proyectos competitivos en comunicación

Se han registrado 250 proyectos competitivos en el ámbito de la comunicación, en todos se identifican las técnicas, es más, hay más técnicas utilizadas que proyectos, lo que evidencia el recurso a más de una técnica de investigación, lo que puede resultar lógico dado que se trata de esfuerzos investigadores ambiciosos y complejos. En el registro de las distintas técnicas de investigación que se emplean en los proyectos competitivos (Tabla 4), la técnica más utilizada es el análisis de contenido, como en las anteriores

prácticas analizadas. En estos proyectos, al análisis de contenido como principal técnica de investigación le siguen las encuestas.

Esta relación, que dista de la obtenida en otro tipo de producciones científicas, permite confirmar la pauta de priorizar las técnicas cuantitativas frente a las cualitativas especialmente en los proyectos de investigación. También es el tipo de investigación que más utiliza la entrevista en profundidad, un 15 % de los proyectos, más que el análisis documental o el análisis del discurso. También es el tipo de contribución que más utiliza los diseños experimentales y los grupales.

Tabla 4

Técnicas de investigación utilizadas en los proyectos competitivos

Técnicas	N	%
Análisis de contenido	102	30.6
Análisis del discurso	35	10.5
Análisis documental	43	12.9
Encuestas	59	17.7
Entrevistas	51	15.3
Experimentos	19	5.6
Técnicas de grupo	25	7.4

3.3. Comparación entre las diferentes técnicas según la contribución

Como se ha señalado en el epígrafe anterior, hay diferentes pautas metodológicas según sea la contribución, aunque en todas ellas la principal técnica es el análisis de contenido, tal como se manifiesta en la Figura 1, aunque no se utiliza esta técnica en la misma proporción. Son las tesis doctorales las producciones científicas en las que menos se utiliza este tipo de análisis, mientras que en los artículos indexados se emplea más.

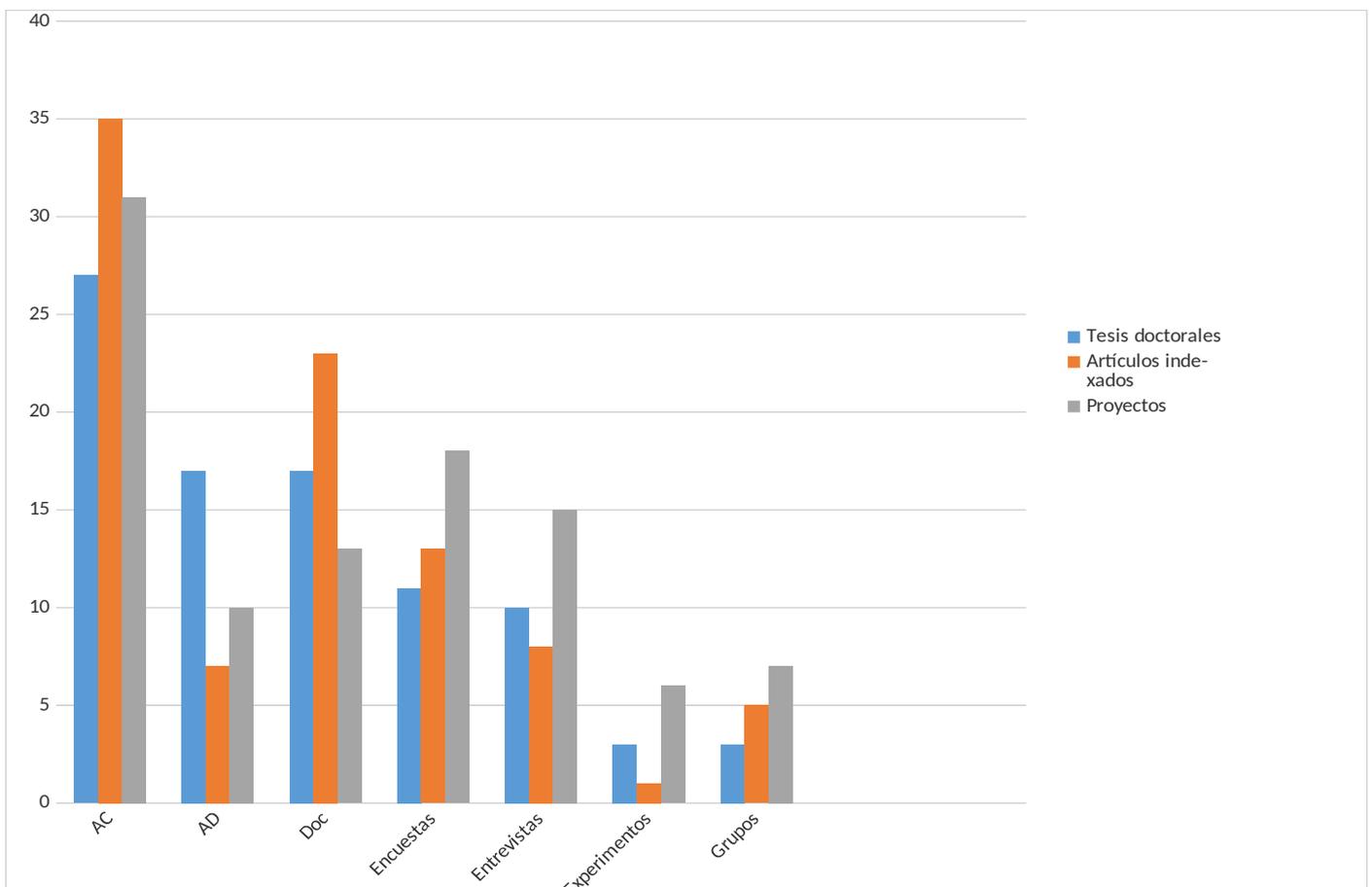
Con respecto a la utilización de datos secundarios para obtener datos primarios, representa la segunda opción de estrategia metodológica en las prácticas investigadoras que se publican en revistas indexadas, pero no es la segunda técnica en los proyectos competitivos, donde se utilizan, después del análisis del contenido, las encuestas y las entrevistas. Así pues, los proyectos competitivos son las prácticas científicas en las que se emplea menos la técnica documental, siendo las investigaciones de los artículos indexados donde se emplea más.

En proyectos y artículos, la tercera técnica que se usa es el análisis del discurso, y más en tesis que en artículos, quizá la presencia de doctorandos latinoamericanos en nuestras facultades, que han conseguido ser doctores en estos años analizados, explique este uso privilegiado, por la influencia de los estudios culturalistas y la extensión de la perspectiva crítica que propone precisamente el uso de la técnica del análisis crítico del discurso en el análisis mediático, tal como señala Mendizábal (2018).

En los tres tipos de producciones supera el uso de encuestas al recurso a las entrevistas en profundidad, aunque también se observa distinta pauta según la contribución, pues la encuesta se utiliza más en los proyectos competitivos y menos en las tesis doctorales, indudablemente porque son técnicas que requieren de mayor infraestructura y dotación presupuestaria. Es interesante destacar que el uso de las entrevistas en profundidad no se opone a este uso de las encuestas, pues de nuevo son los proyectos los que más las utilizan, siendo los que menos los artículos indexados. En los tres casos se utilizan mínimamente las técnicas experimentales o grupales, pero cuando se utilizan, es más probable que sea en un proyecto de investigación.

Figura 1

Proporción de técnicas de investigación utilizadas según los diferentes tipos de contribución



4. Conclusiones

El proyecto Mapcom, del que esta contribución forma parte, ha elaborado un censo de investigaciones científicas sobre comunicación realizadas en el seno de la universidad española de 2007 a 2018. El proyecto pone a disposición de toda la comunidad

universitaria ese mapa de la investigación española² para difundir la actividad realizada y dar a conocer sus características básicas. Ese registro de todas las investigaciones realizadas permite concluir que la investigación en comunicación en España se caracteriza por su fortaleza y consolidación. En lo que afecta a proyectos de investigación, tesis doctorales y artículos científicos indexados, que son las investigaciones que esta contribución ha estudiado, el censo llega a 3.440, una cifra considerable que avala el músculo investigador español en comunicación.

De esa cantidad, la mayor parte son tesis doctorales leídas en este periodo de tiempo en las facultades de comunicación españolas. En total, 2.784 tesis en comunicación, una cantidad considerablemente alta que puede responder al elevado número de tesis leídas en ese periodo ante el cambio en la legislación de los estudios de postgrado acontecido en esas fechas, pero que, en todo caso, avalan la competencia formativa en investigación doctoral de la universidad española. Esta cantidad también advierte un futuro prometedor para la investigación en comunicación, toda vez que las tesis doctorales representan la puerta de entrada en la carrera investigadora.

Pero también en los niveles más elevados de la jerarquía científica la investigación española en comunicación se defiende bastante bien. En lo que respecta a la publicación de artículos en revistas indexadas, han sido 406 artículos publicados en las revistas más prestigiosas, y solo considerando artículos que se basan en proyectos competitivos, una cantidad notable teniendo en cuenta que publicar cuesta cada vez más dada la competencia y el elevado nivel de exigencia científica. También elevados niveles de competencia y exigencia caracterizan la concesión de proyectos de investigación competitivos, el indicador más elevado de la valía investigadora. Pues bien, en los años analizados se han concedido 250 proyectos relacionados con la comunicación, lo que permite advertir la buena salud de la investigación de este campo disciplinar.

Pero los objetivos de esta contribución, como los del proyecto del que forma parte, no solo contemplan conocer cuantitativamente la investigación en comunicación en España, también conocer sus características, en especial y en esta aportación particular, la metodología empleada en esas investigaciones. Pues bien, una vez analizados los distintos resultados de las técnicas de investigación empleadas por las diferentes contribuciones, podemos concluir que este estudio aporta como conclusión principal que las ciencias de la comunicación, aun utilizando como herramientas metodológicas las que se utilizan en el resto de las ciencias sociales, lo hacen de manera diferente a las demás, advirtiendo, por tanto, un uso diferencial en la metodología de investigación de este campo disciplinar. Y la principal peculiaridad metodológica que cabe advertir es la utilización de las técnicas documentales, y especialmente del análisis de contenido, para investigar sus objetos de estudio, confirmando la hipótesis de partida.

Ello puede resultar hasta cierto punto lógico dado que el análisis de contenido es la técnica que investiga los mensajes y es, pues, una técnica especialmente pensada para investigar la comunicación. De hecho, el Análisis de Contenido surgió precisamente para “investigar el contenido manifiesto de la comunicación” (Berelson, 1952, p. 18), como señaló uno de sus fundadores en los años cincuenta del siglo pasado y sigue

2 <http://www.mapcom.es>

siendo, más de setenta años después, la que más se utiliza para investigar la comunicación.

También se pueden analizar los contenidos comunicativos con el análisis del discurso, la técnica cualitativa que analiza e interpreta el sentido de la comunicación. De hecho, también es una de las técnicas privilegiadas en el campo de la comunicación, más que otras técnicas que se utilizan en otras ciencias sociales, como la encuesta o la entrevista en profundidad. Pero tiene un puesto relegado con respecto al análisis de contenido, y lo tiene precisamente por ser cualitativa, dado que otra de las conclusiones del estudio es la importancia y la preeminencia de las técnicas cuantitativas sobre las cualitativas, pues son más las investigaciones en comunicación basadas en análisis de contenido y encuestas que en análisis del discurso y entrevistas en profundidad o técnicas grupales.

Otra de las peculiaridades de la investigación en comunicación es el escaso uso de la experimentación, aunque en esto se parezca a otras ciencias sociales, en contraposición a las ciencias llamadas precisamente experimentales por basar su investigación en esta técnica metodológica.

Y si estas conclusiones se aplican al conjunto de la investigación en comunicación, también se advierte de los resultados de este estudio ciertas peculiaridades metodológicas en función de la contribución de que se trate: proyecto competitivo, artículo publicado en revista de investigación o tesis doctoral. De este modo se puede decir que, aunque en cualquier tipo de investigación el análisis de contenido y, en general, las estrategias documentales son las principales técnicas utilizadas, no lo son en la misma proporción. En los proyectos se utilizan más encuestas, entrevistas, experimentos y técnicas grupales que en las otras investigaciones, mientras que el análisis del discurso se utiliza en mayor proporción en las investigaciones realizadas para la obtención del grado de doctor.

5. Referencias bibliográficas

Abril, G. (2009). ¿Se puede hacer semiótica y no morir de inmanentismo?. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, 6, 127-147.
<http://dx.doi.org/IC.2009.01.05>

Almiron, N., & Reig, R. (2007). The communications research in Spain: the Political Economy epistemological approach. *American Communication Journal*, 9 (2).
<https://idus.us.es/handle/11441/28229>

Anguita, J. C., Labrador, J. R., Campos, J. D., Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención primaria*, 31(8), 527-538. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-pdf-13047738>

Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Free Press.

- Caffarel, C., Gaitán, J.A., Lozano C. & Piñuel, J.L. (eds.) (2018). *Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre comunicación*. Comunicación social.
- Caffarel, C., Ortega, F., & Gaitán, J.A. (2017). “Investigación en Comunicación en la universidad española en el período 2007-2014”. *El profesional de la información*, 26 (2), 218-227. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.08>
- Fernández Quijada, D., & Masip, P. (2013). Tres décadas de investigación española en comunicación: hacia la mayoría de edad. *Comunicar*, 41, 15-24. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-01>
- Ferran, N., Guallar, J., Abadal, E., & Server, A. (2017). Research methods and techniques in Spanish library and information science journals (2012-2014). *Information research*, 22, (1). <http://www.informationr.net/ir/22-1/paper741.html>
- Gaitán, J.A., & Piñuel, J.L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Síntesis.
- García Ferrando, F. (2000): *El análisis de la realidad social*. Alianza.
- Gil Flores, J. (1992). La metodología de investigación mediante grupos de discusión. *Enseñanza & Teaching: Revista interuniversitaria de didáctica*, 10-11, 199-214. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=95670>
- Gómez-Escalonilla, G., & Izquierdo Iranzo, P. (2020): Contribuciones científicas presentadas en los congresos de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (2007-2018). *Profesional de la información*, (29) 4. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.40>
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Editorial Bosch.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, N. (1944). *The People's Choice. How the Voter Makes Up his Mind in the Presidential Campaigning*. Legacy.
- López Rabadán, P., & Vicente, M. (2011). Métodos y técnicas de investigación dominantes en las revistas científicas españolas sobre comunicación (2000-2009). En *Investigar la comunicación en España*. (pp. 665-679). Asociación Española de Investigación de la Comunicación/Universidad Rey Juan Carlos.
- Martínez Nicolás, M., & Saperas, E. (2011). La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, 101-129. http://www.revistalatinacs.org/11/art/926_Vicalvaro/05_Nicolas.html
- Martínez Nicolás, M. (2020): La investigación sobre comunicación en España (1985-2015). Contexto institucional, comunidad académica y producción científica. *Revista*

Latina de Comunicación Social, 75, 383-414. <http://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1432>

- Martínez Nicolás, M., Saperas, E., & Carrasco, A. (2019). La investigación sobre comunicación en España en los últimos 25 años (1990-2014). Objetos de estudio y métodos aplicados en los trabajos publicados en revistas españolas especializadas. *Empiria*, 42, 37-69. <https://doi.org/10.5944/empiria.42.2019.23250>
- Mendizábal, I. R. (2018). Analisis del discurso en Latinoamerica: un estado de arte-*Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 139, 15.
- Merton, R. K., & Kendall, P. L. (1946). The focussed interview. *American Journal of Sociology*, 51, 541–557. <https://doi.org/10.1086/219886>
- Rodríguez Gómez, E., Goyanes, M., & Rosique Cedillo, G. (2018). La investigación en comunicación en España: temporalidad laboral, producción intensiva y competitividad. *Communication & Society* (31) 4, 229-242. <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/35684>
- Sayago, S. (2014). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. *Cinta de Moebio: Revista Electrónica de Epistemología de Ciencias Sociales*, 49, 1-10. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2014000100001>
- Tramullas, J. (2020). Temas y métodos de investigación en Ciencia de la Información, 2000-2019. Revisión bibliográfica. *El profesional de la información*, (19) 4. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.17>
- Valles, M. S. (2007). *Entrevistas cualitativas* (Vol. 32). CIS.
- Vasallo de Lopes, M. I. (1999). La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas. *Diálogos de la comunicación*, 56, 13-27.
- Vicente, M. (2009). Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso. La necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica. En *Iberoamérica: comunicación, cultura y desarrollo en la era digital*. Universidad de Sevilla.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Bosch.

Conflicto de intereses: la autora declara que no existen.

Traducción al inglés: aportada por la autora.

Financiación:

Este estudio forma parte del proyecto “Mapa de la Investigación en Comunicación en las Universidades Españolas de 2007 a 2018” (PGC2018-093358-B-100, Ministerio de Ciencia e Innovación)

HOW TO CITE (APA 7^a)

Gómez-Escalonilla, G. (2020). La investigación en comunicación en las universidades españolas. *Comunicación y Métodos - Communication & Methods*, 2(2), 65-79.
<https://www.doi.org/10.35951/v2i2.83>