



Comunicar
ISSN: 1134-3478
ISSN: 1988-3293
info@grupocomunicar.com
Grupo Comunicar
España

La investigación en comunicación en España: Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades

Caffarel-Serra, Carmen; Ortega, Félix; Gaitán, Juan-Antonio

La investigación en comunicación en España: Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades

Comunicar, vol. XXVI, núm. 56, 2018

Grupo Comunicar, España

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15855661006>

DOI: <https://doi.org/10.3916/C56-2018-06>

Grupo Comunicar 2018

Grupo Comunicar 2018




Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.

La investigación en comunicación en España: Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades

Communication research in Spain: Weaknesses, threats, strengths and opportunities

Carmen Caffarel-Serra carmen.caffarel@urjc.es
Universidad Rey Juan Carlos , España

 <http://orcid.org/0000-0002-9804-5164>

Félix Ortega fortega@usal.es
Universidad de Salamanca, España

 <http://orcid.org/0000-0003-2735-4813>

Juan-Antonio Gaitán jagamo@ucm.es
Universidad Complutense de Madrid , España

 <http://orcid.org/0000-0002-4496-7315>

Comunicar, vol. XXVI, núm. 56, 2018

Grupo Comunicar, España

Recepción: 20 Octubre 2017

Revisado: 01 Diciembre 2017

Preprint: 15 Mayo 2018

Aprobación: 14 Marzo 2018

Publicación: 01 Julio 2018

DOI: <https://doi.org/10.3916/C56-2018-06>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15855661006>

Resumen: Este artículo presenta las estrategias metodológicas, los resultados y un análisis crítico del proyecto de investigación nacional MapCom «El sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de Comunicación, Mapa de Proyectos, Grupos, Líneas, Objetos de estudio y Métodos». Se ofrecen los resultados obtenidos de las dos primeras fases del proyecto de investigación en el conjunto del país y muestra total seleccionada de los objetos de estudio, tesis doctorales y proyectos de investigación. Se realiza un análisis específico de variables descriptivas asociadas a género, objetos de estudio, financiación, metodologías más presentes, así como un análisis comparado entre proyectos de investigación y tesis doctorales desde una perspectiva de los objetos de estudio y las metodologías implementadas. El trabajo se contextualiza con un análisis comparativo de la investigación en Ciencias Sociales y Humanidades en el mismo periodo analizado en España. Se hace un análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que han sido detectadas y se ofrecen recomendaciones orientadas a desarrollar un «Plan de Acción Estratégico para la Investigación Competitiva en Comunicación». El análisis concluye con la constatación de las semejanzas entre los objetos de estudio, pero también de las diferencias entre los objetivos de las investigaciones cuando se comparan tesis doctorales y proyectos de investigación en el periodo analizado. Se lleva a cabo igualmente un análisis comparativo de las 12 universidades con mayor relevancia en España, con el objeto de detectar diferencias, similitudes y patrones de investigación en grupos de investigación, doctorados asociados y universidades.

Palabras clave: Meta-investigación en comunicación, Universidad, tesis doctorales, proyectos de investigación, métodos de investigación.

Abstract: This article presents the methodological strategies, results and a critical analysis of the national research project MapCom “The Research Sphere on Communication Studies Social Practices, Map of Projects, Groups, research objects and methods”. We present the results obtained within the first two phases of the research project. The complete sample of objects for analysis was selected within this time span, all doctoral research and research projects were included. We performed a specific analysis of descriptive variables associated to gender, objects of study, funding, more present methodologies, as well as a comparative analysis between research projects

and doctoral theses from a perspective of the objects of study and the methodologies implemented. We contextualize the work with a comparative analysis of research in Social Science and Humanities in the same period analysed in Spain. We performed an analysis of the weaknesses, threats, strengths and opportunities which were detected within the analysis, and we propose recommendations aimed at developing a “Strategic Action Plan for Competitive Research in Communication”. The analysis of this research concludes with the observation of similarities between the objects of study, but also of the differences between the objectives of the investigations when we compare doctoral theses and research projects in the analysed period. We also carried out a comparative analysis of the 12 most relevant universities in Spain, in order to identify differences, similarities and research patterns in research teams or groups, associate doctoral programs and universities.

Keywords: Communication research, University, doctoral research, research and innovation projects, research methods.

1. Introducción y objeto de investigación

El sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de comunicación es un objeto de estudio cuyo interés ha venido incrementándose progresivamente en los últimos años en nuestro contexto científico. La investigación cuantitativa y cualitativa del mapa de proyectos, grupos, líneas, objetos de estudio y métodos es un área de análisis que se ha institucionalizado como campo disciplinar al amparo de las asociaciones de investigación y en particular de la AE-IC (Asociación Española de Investigación en Comunicación). En nuestro país se ha completado recientemente un análisis objetivo y con rigor científico-metodológico de los proyectos, grupos de investigación, líneas, objetos y métodos que configuran la realidad de la Comunicación como área de conocimiento e investigación.

La investigación sobre las prácticas y metodologías de investigación en comunicación en nuestro contexto cultural se remontan a finales del siglo XX auspiciadas muchas de ellas por la AICE (Asociación de Investigadores en Comunicación del Estado español), antecedente de la actual AE-IC, así autores como Caffarel, Domínguez y Romano (1989), Caffarel y Cáceres (1993), Jones (1994; 1998; 2000) analizaron, con motivo del vigésimo aniversario de la creación de las primeras Facultades de Ciencias de la Información en España, quiénes, qué, cómo y dónde se producía la investigación en comunicación, cuáles eran los temas más estudiados y con qué métodos se abordaban los trabajos de investigación.

Otras investigaciones posteriores han sido desarrolladas por Alsina y Jiménez (2010) sobre el paradigmático caso de la investigación en comunicación de esta disciplina socio-humanística. Arcila, Piñuel y Calderín (2013) amplían el espectro a la e-comunicación y las prácticas de los investigadores iberoamericanos. El marco de análisis bibliométrico de las tesis doctorales en España se aborda en Delgado y otros (2006), Castillo y Xifra (2006), Fuentes y Arguimbau (2010), Repiso, Delgado y Torres (2011), y más recientemente Blázquez (2015). En lo relativo al análisis de la Meta-investigación en Comunicación son relevantes los trabajos de Fernández y Masip (2013), Martínez y Saperas (2009; 2011), López y Vicente (2011), Almirón y Reig (2007), sobre los métodos y las

técnicas de investigación dominantes en las revistas científicas españolas, y principalmente los trabajos de Piñuel y otros (2011; 2015; 2016; 2017) sobre la investigación en comunicación, su objeto de estudio el mapeo metodológico y teórico en la órbita española y latinoamericana. El interés por los estudios de meta-investigación dieron lugar también a dos números monográficos, uno en «Comunicar», editado por Giménez-Toledo y Jiménez-Contreras (2013) y otro, más reciente en «Disertaciones», editado por Martínez-Nicolás y Vicente-Mariño (2016); en estos números se abordan aspectos históricos, epistemológicos y metodológicos sobre la investigación en comunicación en España e Iberoamérica.

Presentamos en este artículo los resultados del proyecto de investigación nacional Mapcom, financiado por el Programa de Excelencia del Ministerio de Economía y Competitividad, 2013-16. El proyecto de investigación distribuye el mapeo de sus objetos de estudio en cuatro áreas geográficas que pueden ser consultadas en www.mapcom.es. En este artículo presentamos los resultados agregados de la investigación en sus dos primeras fases finalizadas: Fase I: repositorio de tesis doctorales y proyectos de investigación; Fase II: grupos de discusión de expertos mediante la técnica Phillips 66; Fase III: encuesta al universo de investigadores del territorio español censados en registros académicos de las universidades con titulaciones de grado y postgrado en comunicación, se encuentra en fase de análisis estadístico de los resultados obtenidos y será objeto de análisis complementario en futuras publicaciones.

2. Metodología y selección muestral

Las metodologías aplicadas, incluidas las de selección muestral y análisis de los datos, comprendieron tres fases:

- La Fase I: Repositorio de tesis doctorales y proyectos de investigación, selección de todo el universo disponible entre los años analizados (www.mapcom.es) (Caffarel, Ortega, & Gaitán, 2017). El análisis realizado en lo relativo al universo de proyectos de investigación se circunscribe a toda la muestra de proyectos de investigación competitivos nacionales financiados y tesis doctorales defendidas y realizados entre el 1 de enero de 2007 al 31 de octubre de 2014.

La guía de registro y análisis de documentos para el proyecto Mapcom se encuentra en: <https://goo.gl/X1qEfb>. Este cuestionario fue utilizado en el protocolo de análisis de contenido y comprende un total 28 preguntas de codificación y sus respectivas categorías de análisis por parte de los investigadores y fue alojado en el servicio de codificación online digital en entorno seguro en el proveedor e-Encuesta. Para mayor información sobre el protocolo de análisis, se sugiere consultar el Anexo 1: Guía para el registro y análisis de documentos (pp. 17-22) y también el Anexo 2: Libro de códigos para post-codificación de variables abiertas (pp. 23 y 24) (<https://goo.gl/2Li5mT>). La codificación fue realizada entre los meses de septiembre a diciembre de 2015 por parte de investigadores previamente entrenados pertenecientes al proyecto. Se realizó a su vez un

control de calidad de la codificación durante los meses de enero y febrero de 2016 sobre el total de la muestra con el objeto de minimizar cualquier imprecisión.

- La Fase II consistió en el desarrollo de grupos de discusión compuestos por expertos en comunicación aplicando la técnica-metodología Phillips 66. La selección de participantes fue realizada mediante invitación por carta y análisis de idoneidad del perfil contactado. Los grupos estuvieron integrados por los siguientes perfiles: un grupo integrado por investigadores principales con al menos dos proyectos I+D; otro grupo integrado por responsables de grupos consolidados de investigación; un tercer grupo integrado por miembros o portavoces de sociedades científicas (asociaciones, redes de investigación, etc.); un cuarto grupo integrado por gestores universitarios de investigación (Vicerrectorados, Decanatos, Dirección de postgrado, etc.); un quinto grupo integrado por gestores de la difusión de resultados (editores y directores de congresos, revistas científicas, etc.); y finalmente, un sexto grupo integrado por investigadores junior. La elección de los expertos convocados para cada uno de estos grupos consideró cuota de género y de procedencia territorial (por Universidades y Áreas). Se realizaron tres reuniones con Phillips 66: una en Madrid con expertos convocados bajo responsabilidad del Área 1 y 2 del proyecto coordinado, otra en Barcelona bajo responsabilidad del Área 4 y, finalmente, una última en Málaga bajo responsabilidad del Área 3. Con la misión de abordar los debates en los seis grupos, las cuestiones propuestas remitieron a debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO) de los objetos de estudio, objetivos de investigación y las líneas de trabajo. Grupos, programas, becas, evaluaciones, reivindicaciones académicas y convocatorias de financiación. Metodologías de investigación: muestras, técnicas, triangulación, etc. Difusión de resultados de investigación: congresos, publicaciones, entre otros.

La recolección de datos se garantizó mediante la grabación de todas las reuniones tanto grupales como generales. Esto implicó la participación de técnicos y de equipos para este menester y la aceptación explícita del procedimiento por parte de los participantes. La duración de las jornadas de trabajo de cada sesión de Phillips 66 no excedió en ningún caso las cinco horas incluyendo descansos (una mañana completa de 9 a 14 horas). La logística de la convocatoria comprendió desplazamiento, alojamiento de una noche y sustento alimenticio a la terminación de la jornada. Se realizaron grabaciones de los debates de trabajo en formato digital, estas permitieron realizar una transcripción literal supervisada por parte de una empresa y técnicos expertos, realizándose subsecuente análisis posterior con distintas técnicas cualitativas y cuantitativas.

- La Fase III comprende una 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. A fecha de 19 de septiembre de 2017 se encuentra finalizada la recolección de datos, encontrándonos en proceso de análisis de los resultados. El objetivo

principal de esta última fase se centraba en 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. Esta tercera fase completa de forma necesaria a las anteriores en la misión de elaborar un mapa de proyectos, grupos, líneas, objetos de estudio y métodos de investigación sobre prácticas sociales de comunicación en España, recabando la opinión de una muestra significativa del universo de «stakeholders» de la investigación en comunicación en nuestro país. Presentamos a continuación los resultados y conclusiones derivadas más significativas.

3. Análisis y resultados

Analizamos a continuación los resultados obtenidos tras el vaciado de las encuestas aplicadas a los documentos en la Fase I y resultados de los grupos de discusión Phillips de la Fase II del proyecto Mapcom. Las categorías de análisis utilizadas se encuentran definidas en el enlace a la encuesta indicado en el epígrafe anterior, así como la metodología seguida en la obtención de las variables descriptivas de tesis doctorales y proyectos de investigación.

Es relevante analizar la producción científica asociada a las principales instituciones que realizan investigación en comunicación en nuestro país. Creemos oportuno analizar la distribución porcentual de la producción de tesis doctorales (TD) y proyectos de investigación (PI) entre las primeras 12 universidades en el periodo analizado, ya que estas representan prácticamente las tres cuartas partes del total de la muestra analizada en la serie temporal de 2007 a 2013. El Gráfico 1 muestra la distribución porcentual de estos ítems.

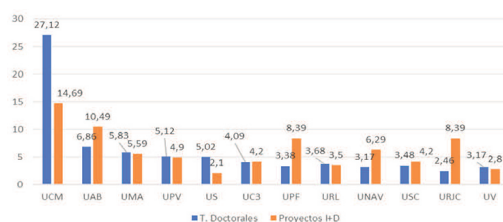


Gráfico 1

Porcentajes de tesis doctorales y proyectos de Investigación I+D por Universidades.

Si consideramos las 12 universidades que más porcentaje de documentos aportan al conjunto del universo analizado, representando el 73,38% de las tesis doctorales analizadas y el 75,54% de los proyectos de investigación, observamos que la clasificación difiere si se trata de tesis doctorales (TD) o de proyectos de investigación (PI). En el primer caso, es la Universidad Complutense de Madrid-UCM con un 27,1%, seguida de la Universidad Autónoma de Barcelona-UAB (6,86%) y la Universidad de Málaga-UMA (5,83%), las tres universidades que ocupan los tres primeros puestos en la producción de doctores. Si analizamos las Universidades que mayor porcentaje de proyectos de investigación

aportan al conjunto, el orden presenta diferencias significativas; en cabeza permanece la UCM con un 14,69% y la UAB 10,49% de los PI respectivamente, alcanzando el tercer lugar ex aequo la Universidad Pompeu Fabra-UPF y a la Universidad Rey Juan Carlos-URJC con un 8,39%. Cabe destacar además que estas dos últimas Universidades, cuentan con un perfil laboral de su plantilla de investigadores-docentes en comunicación comparativamente más joven que otras universidades más «decanas» y con plantillas más envejecidas. Estas instituciones se aproximan significativamente al grupo de cabeza en lo relativo a los proyectos de investigación (PI) que han liderado en el periodo analizado. Podemos afirmar que «juventud relativa» de plantilla y liderazgo relativo en el desarrollo de proyectos de investigación están positivamente correlacionados en la consecución de una posición relevante en la dirección de proyectos de investigación. En quinta posición en aportación de proyectos de investigación encontramos a la Universidad de Navarra (6,29%), única universidad privada presente en este listado de excelencia investigadora en comunicación.

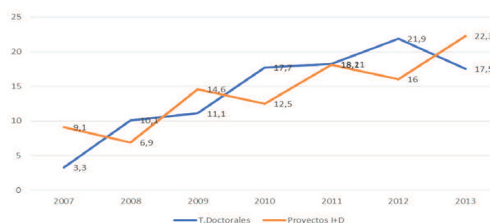


Gráfico 2.

Distribución porcentual de tesis doctorales y proyectos de investigación por años.

Los proyectos de investigación y las tesis doctorales han incrementado progresivamente su número en el periodo analizado. En el año 2007 el porcentaje de tesis doctorales y de proyectos de investigación, respecto al total, es de 3,3% y 9,1% respectivamente y al final del periodo estudiado, 2013, los proyectos de investigación suponen un 22,3%, en tanto que las tesis doctorales representan un 17,5%. Es relevante señalar que es en los años impares del periodo 2007, 2009, en los que es prácticamente igual el porcentaje de tesis y de proyectos: 18,2%, 18,1% y 2013 donde el porcentaje de proyectos de investigación supera al de tesis doctorales. En los años pares son las tesis doctorales las que suponen un porcentaje mayor que el de los proyectos, pudiendo existir una «sincronización» productiva de la defensa de tesis doctorales en los años sucesivos a la obtención de picos relativos de proyectos de investigación y sus ciclos de defensa de resultados. Esta hipótesis deberá ser contrastada cruzando objetos de estudio en tesis doctorales y proyectos correlacionados y duración en futuras investigaciones relacionadas.

En el Gráfico 3 se muestra la distribución por género entre tesis doctorales y proyectos de investigación en España en el periodo analizado. Existe un equilibrio casi perfecto en la distribución de doctores por género: 50,36% de doctoras frente a 49,64% de doctores. Los datos sin embargo, cambian a un desequilibrio si tenemos en cuenta los proyectos de investigación. Las mujeres únicamente dirigen-lideran un 30,07% de

los proyectos de investigación, frente al 69,93% dirigidos por hombres, más del doble. Hemos detectado que tan solo tres de cada 10 proyectos de investigación están dirigidos por mujeres. Si analizamos únicamente los proyectos de investigación, teniendo en cuenta el género y la universidad de origen obtenemos la siguiente distribución representada en el Gráfico 4.

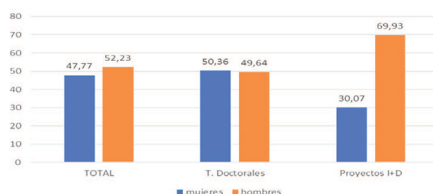


Gráfico 3.

Distribución de tesis doctorales y proyectos de investigación por género en España 2007 a 2013.

En el Gráfico 4 observamos que la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) es la única universidad en la que hay más mujeres que hombres dirigiendo proyectos de investigación en la serie analizada, ocho proyectos dirigidos por mujeres, frente a siete por varones. Las universidades CEU-CH, IEU, UA, UB, UEx, UIB solo tienen en la serie temporal proyectos competitivos dirigidos por mujeres. Es significativo señalar que la UCLM, UM, UMH, USAL y la USP/CEU solo tienen proyectos dirigidos por hombres. La descompensación mayor se da en la UCM, cuatro proyectos cuyos investigadores principales (IP) son mujeres frente a 17 dirigidos por hombres.

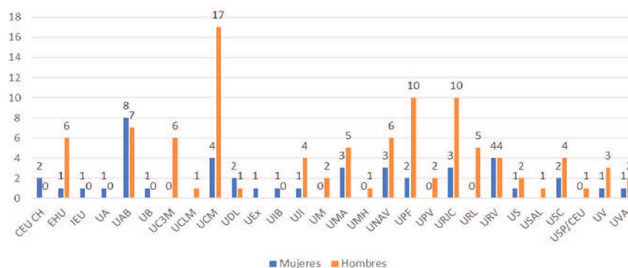


Gráfico 4.

Número total de proyectos de investigación I+D por género y universidad en España en el periodo 2007 a 2013.

Otra de las variables descriptivas de los proyectos de investigación es la cuantía de las subvenciones obtenidas por estos, lo primero que cabe reseñar es que los datos proporcionados por el Ministerio de Economía y Competitividad no incluyen todos los Proyectos I+D que contemplamos en esta investigación y que han sido principalmente proporcionados por los propios investigadores, no existe un acceso sencillo, transparente o libre a esta información. Nuestras estimaciones basadas en una muestra representativa de los proyectos identificados en el área I realizadas por Caffarel y otros (2017) aproximarían el cálculo de la media de financiación por proyecto a una horquilla de entre 18.000€ y 20.000€ de media al año para proyectos trianuales.

Por otro lado, si analizamos los objetos de estudio que abordan las tesis doctorales y los proyectos de investigación del total de la serie temporal obtenemos los siguientes porcentajes (Gráfico 5).

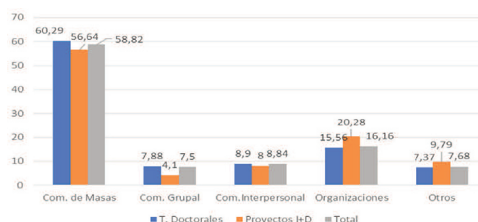


Gráfico 5.

Objetos de estudio abordados más relevantes en tesis doctorales y proyectos de investigación I+D.

Un 56,64% de los proyectos de investigación tienen por objeto el estudio de los medios de comunicación de masas, el análisis de las organizaciones ocupa el segundo lugar con un 16,16%, en tercera posición detectamos los trabajos que analizan la comunicación interpersonal con un 8%. Observamos diferencias significativas en los objetos de estudio entre tesis doctorales y proyectos de investigación, siendo más frecuente que estos últimos aborden el estudio de organizaciones, frente a las tesis doctorales más proclives al estudio de la comunicación grupal y/o interpersonal. Las diferencias en ningún caso exceden los 4,72 puntos porcentuales.

En el vaciado de los documentos analizados preguntábamos cuál era el objetivo que perseguía dicha investigación entre cuatro posibilidades: «describir las dimensiones o perspectivas de una praxis comunicativa como objeto de estudio», «explicar los rasgos de un objeto de estudio para proponer modelos», «evaluar o validar modelos de investigación y objetos de estudio» e «intervenir siguiendo modelos para cambiar conductas o procesos sociales». Los datos obtenidos reflejan una diferenciación importante entre las tesis doctorales y los proyectos de investigación financiados (Gráfico 6).

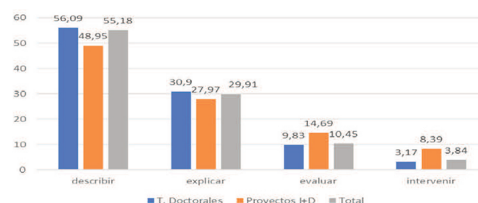


Gráfico 6.

Objetivos de la Investigación distinguiendo entre tesis doctorales (TD) y proyectos de investigación (I+D).

El objetivo «describir» es el que tiene una presencia mayoritaria tanto en tesis doctorales como proyectos de investigación con un porcentaje del 55,18% de media de los documentos analizados, un 48,95% y 56,09% en el caso de proyectos de investigación y tesis doctorales respectivamente. Existe una mayor diferencia porcentual en el caso de los otros tres objetivos, ya que «intervenir» o «evaluar», siendo los

objetivos minoritarios en el total de documentos analizados (un 3,84% y un 10,45% respectivamente), son a su vez los que sobresalen en los proyectos de investigación frente a las tesis doctorales; un 8,39% de proyectos frente a un 3,17% de tesis doctorales en el caso del objetivo «intervenir», y un 14,69%, frente a un 9,83%. En el caso de «evaluar» detectamos lo contrario, el objetivo «explicar» es el mayoritario en el caso de las tesis doctorales con un 30,9% frente a los proyectos de investigación con un 27,97%.

4. Consensos, debilidades, amenazas y oportunidades detectadas en el Phillips 66

Presentamos a continuación los consensos más significativos detectados en la Fase II: grupos de discusión mediante la técnica Phillips 66 de expertos en comunicación. El objetivo de estas sesiones era el detectar los consensos más relevantes entorno al objeto de estudio de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la investigación en comunicación, y los agentes intervinientes en la cadena de valor de la misma en nuestro país. Estos debates se desarrollaron en tres sedes de las distintas áreas coordinadas del proyecto, realizándose un total de tres dinámicas de grupos de investigación en Madrid, Málaga y Barcelona, un total de 24 grupos de discusión. Cada evento se planificó para desagregarse en 6 grupos de diálogo de expertos como hemos indicado. Los grupos de participantes en las tres sedes se desglosan en: 1) un grupo integrado por investigadores principales (GIP); 2) un grupo integrado por responsables de grupos de investigación consolidados (GIC); 3) un grupo integrado por miembros o portavoces de sociedades científicas (GSC); 4) un grupo integrado por gestores universitarios de investigación (GGUI); 5) un grupo integrado por gestores de la difusión de resultados (GGDR); 6) un grupo integrado por investigadores junior (GIJ). Las sesiones grupales, dos rondas, y los debates grupales fueron grabados audiovisualmente y posteriormente transcritos manualmente para su posterior análisis. Estos archivos pueden ser consultados en www.mapcom.es para su referencia o posterior análisis.

Las conclusiones más relevantes que hemos podido extraer de los objetos analizados en torno a las preguntas de investigación y objetos analizados en la segunda fase del proyecto las hemos agrupado y extendido en la siguiente tabla a modo de síntesis.

La tabla de la página siguiente sintetiza las debilidades y principalmente oportunidades que para la investigación en comunicación hemos detectado en nuestro país. Se nos antoja imprescindible desarrollar desde la Academia y en consenso con las administraciones, principales financiadoras de su investigación, el diseño de un «Plan de Acción Estratégico para la Investigación Competitiva en Comunicación», que permita afrontar de forma adecuada y realista las oportunidades que la sociedad digital, el big data, la neurociencia, la inteligencia artificial, la comunicación toda digital, etc. abren para un área de la ciencia permeada por otras disciplinas pero profundamente central a la comprensión de los

nuevos paradigmas sociales, económicos, culturales y políticos a los que nos enfrentamos en nuestros tiempos.

5. Discusión y conclusiones

El análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que han sido detectadas en el análisis en la Fase I y Fase II es punto de partida necesario para realizar recomendaciones orientadas a desarrollar un «Plan de Acción Estratégico para la Investigación Competitiva en Comunicación» en nuestro país en la próxima década. El análisis que realizamos concluye con la constatación de las semejanzas entre los objetos de estudio, pero también de las diferencias entre los objetivos de las investigaciones cuando comparamos tesis doctorales y proyectos de investigación en el periodo analizado. La realización de un análisis comparativo entre las 12 universidades con mayor relevancia en España, con el objeto de detectar diferencias, similitudes y patrones de investigación en grupos de investigación, doctorados asociados y universidades requerirá de más extensos análisis. Es significativo señalar que las universidades con mayor peso relativo y liderazgo en la investigación en comunicación pertenecen a las Comunidades Autónomas de Madrid, Cataluña y Andalucía, aquellas en las que se localizan más centros universitarios, grupos y tradiciones históricas de investigación. El tamaño, la pertenencia a estas regiones «líder», el perfil laboral «joven» y ser centro de investigación público son variables que agrupan mayoritariamente la investigación en comunicación en nuestro país, que explican gran parte de la «varianza» con la única excepción de la Universidad de Navarra.

Tabla 1

Consenso de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades detectadas en Fase II, Phillips 66 y «Plan de Acción Estratégico para la Investigación Competitiva en Comunicación»

Tabla 1. Consenso de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades detectadas en Fase II, Phillips 66 y «Plan de Acción Estratégico para la Investigación Competitiva en Comunicación»	
Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Escasa financiación de proyectos y grupos de investigación en los planes nacionales y regionales de las comunidades autónomas en España. 2. Investigación científica en comunicación financiada y focalizada en pocas universidades principalmente públicas y regiones específicas, Comunidades Autónomas: Madrid, Cataluña, Andalucía y Valencia principalmente. La centralidad de los procesos de selección. 3. Inexistencia de incentivos para la captación y consolidación de investigaciones e investigadores junior en proyectos de investigación con metodologías principalmente descriptivas. 4. Necesidad de internacionalizar los proyectos de investigación más allá de la zona de confort del español-España-América Latina. 5. La existencia de una todavía barrera de cristal en el acceso de la «mujer» a los puestos de dirección-liderazgo y perfiles laborales adecuados para liderar proyectos de investigación internacionales y/o nacionales. 6. Retraso en la progresión de la carrera académica de los investigadores junior por las barreras de «progreso académico» existentes, inexistencia de programas de excelencia asociada a proyectos de investigación junior-emergentes vs la política científica de la UE en programas como el ERC, H2020 entre otros. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No continuidad en las carreras académicas. 2. Escasa financiación de proyectos de investigación para investigadores junior y también senior. 3. La no existencia de apoyo al desarrollo de proyectos editoriales científicos en el área de comunicación asociados a los índices de calidad internacionales. 4. La perversión del «efecto ANECA» en la carrera científica y la publicación de resultados de investigación. Reglas de juego cambiantes y criterios sesgados y aleatorios. 5. Descenso en la «masa crítica» de alumnos potenciales interesados en el área de Comunicación y afines. 6. La no existencia de revistas científicas en español indexadas en los índices Scopus y/o JCR. 7. Poca relevancia del peso ponderado de la investigación en comunicación en la investigación en Ciencias Sociales. 8. Precariedad en la financiación de los programas de doctorado en comunicación, programa de becas y carreras. 9. Consolidación de los programas máster y doctorado en América Latina y EEUU emergentes, desapareciendo la ventaja competitiva y comparativa de la península ibérica como tierra de formación de doctores y maestros en comunicación. 10. Fuga de talentos y expertos investigadores fuera de la península.

Datos de la investigación recogidos en las transcripciones de la segunda fase y reflexiones de los autores, y de los grupos analizados (GIP, Investigadores Principales), (GIC, Grupos de Investigación Consolidados), (GSC, Grupo Sociedades Científicas), (GGUI, Grupo Gestores Universitarios de Investigación.) (GGDR, Grupo Gestores de Difusión de Resultados) y (GIJ, Grupo Investigadores Junior).

Tabla 1 (Cont.)

Consenso de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades detectadas en Fase II, Phillips 66 y «Plan de Acción Estratégico para la Investigación Competitiva en Comunicación»

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Interés social y económico en investigar la comunicación. 2. Dinamismo de las Sociedades Científicas Nacionales e Internacionales. La apertura de puentes de comunicación entre islas científico-idiomáticas. 3. Presencia significativa de investigadores jóvenes principalmente y senior emergentes en los eventos y reuniones científicas europeas y anglosajonas y de América Latina principalmente. 4. Tejido de facultades con estudios en comunicación consolidadas y nuevas emergentes. Robustez de los programas máster y reformulación entorno a programas de doctorado interdisciplinarios. El interés por estudiar en español de la comunidad internacional, europea, americana y también asiática. 5. La repatriación y/o atracción de talento investigador consolidado y emergente de centros de investigación en comunicación punteros internacionales a centros españoles. El atractivo de Europa y España como país de ciencia, nuevos programas de atracción de talento nacionales y específicos de Universidades y comunidades autónomas en búsqueda de la excelencia. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La participación en proyectos de investigación transnacionales, internacionales, el desarrollo e iniciativa editoriales plurilingües. 2. El desarrollo de nuevas áreas y perfiles laborales entorno a los centros de formación especializados en Comunicación y áreas de conocimiento afines. 3. La presencia de la comunicación como objeto de estudio en otras áreas de investigación, big data, TIC, neurociencias... 4. La apertura de redes científicas entre la ciencia en español e inglés en América Latina, América del Norte y España-Europa. 5. La emergencia de proyectos editoriales Open-source asociados a la consolidación y creación de revistas en índices regionales y globales como Scopus, JCR, ESCI y Latindex principalmente. 6. La consolidación futura de un mercado emergente de ciencia en español en todo el continente americano y en Europa-España. 7. Área de conocimiento en desarrollo, emergente y que debe desarrollarse en la mejora de la percepción social «positivista» y de emprendimiento, transferencias virtuosas de la investigación en comunicación a la sociedad y su tejido empresarial.

Datos de la investigación recogidos en las transcripciones de la segunda fase y reflexiones de los autores, y de los grupos analizados (GIP, Investigadores Principales), (GIC, Grupos de Investigación Consolidados), (GSC, Grupo Sociedades Científicas), (GGUI, Grupo Gestores Universitarios de Investigación.) (GGDR, Grupo Gestores de Difusión de Resultados) y (GIJ, Grupo Investigadores Junior).

Por otro lado, es relevante señalar que el área de investigación de la comunicación en nuestro país se encuentra claramente infra-representada en relación con los proyectos de investigación concedidos obteniendo únicamente el 1% sobre el total de las Ciencias Sociales y Humanas, frente a un peso ponderado de las tesis doctorales del 2%. Los proyectos de investigación presentan además una preponderancia de metodologías documentales y descriptivas frente a las experimentales y/o de intervención. Esta pauta de estrategias de investigación también se repite en las metodologías predominantes en las tesis doctorales, siendo incluso más acentuada.

El análisis comparativo que hemos realizado entre la producción investigadora de tesis doctorales y proyectos de investigación nos ha permitido detectar algunos desequilibrios relevantes que sintetizamos en los siguientes puntos y alineamos con recomendaciones para la implantación de un plan estratégico para la investigación competitiva en comunicación.

- En relación con el género de la autoría. Esta se halla descompensada a favor de los hombres para los dos tipos de investigación, sin embargo, resulta más acusada esta desproporción cuando se trata de los proyectos de investigación. Se requiere de una política activa universitaria de discriminación positiva en la incorporación de la mujer a la dirección de grupos de investigación y proyectos.

- Mientras que los objetos de estudio son similares para tesis doctorales y proyectos de investigación, sin embargo, los objetivos difieren significativamente. Las tesis doctorales afrontan preferentemente objetivos exploratorios o diagnósticos (descripción y explicación), mientras que los proyectos dan preferencia a los objetivos de valoración o terapia (evaluativos y de intervención). Se requiere de mejor financiación y de la introducción activa de metodologías «más avanzadas» y científicas, de contraste de hipótesis no solo descriptivas sino exploratorias, prospectivas e incluso de intervención activa.

- Hay que destacar en tesis doctorales y proyectos de investigación la alta frecuentación de la comunicación de masas (en medios tradicionales o en línea) sobre el resto de objetos de estudio. Pero fuera de esto, se observa que discrimina más en las tesis doctorales que los temas se refieran a la comunicación en los grupos, cuando este tipo de investigación tiene por objetivo la intervención, mientras que discrimina más la comunicación interpersonal cuando el objetivo investigador de los proyectos es la evaluación. Se requiere renovar los objetos de estudio y aventurar la exploración fuera de la zona de confort de metodologías «tradicionales» y objetos «conocidos» por aquellos renovados y ubicados en las fronteras del conocimiento con otras áreas de estudio transversales, en la exploración de objetos renovados con métodos tradicionales y renovados, en la interdisciplinariedad.

Finalmente, es relevante contextualizar la producción de tesis doctorales y proyectos de investigación en el marco de la investigación en España. Observamos que la investigación en comunicación va aumentando de forma progresiva en el período estudiado, pero que su peso ponderado o proporción sobre el total no supone más de una tesis doctoral por cada veinte de las leídas en el conjunto de la investigación en Ciencias Sociales y Humanas y, al mismo tiempo, no supera un proyecto de investigación por cada cuarenta de los que se financian en este mismo ámbito de la investigación social en España.

Si procedemos a ponderar el peso de la investigación social y, específicamente la investigación en Comunicación, en el conjunto de la investigación española, se observa que de cada 10 proyectos I+D que se financian en la investigación universitaria española cuatro proyectos pertenecen a las Ciencias Sociales y Humanas, e igualmente de cada 10 tesis leídas en la universidad, tres pertenecen al ámbito de las Ciencias Sociales y Humanas. Sin embargo, el peso de la investigación en nuestro campo específico, el Comunicacional, es en ponderación relativa incluso inferior, hasta el punto de no alcanzar el 2% del total en número de tesis doctorales y de no superar el 1% en proyectos de investigación financiados. En la investigación comunicacional se observa, además, que se pierde la ventaja relativa, característica en la investigación social, la existencia de una mayor producción financiada de proyectos respecto de la producción de tesis doctorales leídas.

La investigación en comunicación es un objeto de estudio que seguirá desarrollándose en nuestro país siguiendo las tendencias que se consolidan en una sociedad y un mercado cada vez más comunicacional. Este

proyecto de investigación Mapcom en su Fase III completará, ampliará y complementará las conclusiones que hemos apuntado en este artículo. Las innovaciones teórico-metodológicas implantadas en este estudio deben ser aplicadas longitudinalmente en nuestro país y trasladarse a entornos de proximidad cultural en Latinoamérica (Piñuel & al., 2016) y Europa con el objeto de poder aportar luz sobre el estado de la cuestión-arte prospectivo de la investigación en un área del conocimiento cada vez más central. Existe la necesidad de seguir explorando variables como «la calidad», «el impacto», «la internacionalización», «el alcance» de la investigación científica que desarrollamos en nuestros grupos de investigación. La implantación de un plan estratégico que ampare los estudios en Comunicación con una financiación estable y coherente, su divulgación científica, la mejora en las técnicas y metodologías de análisis de objetos y objetivos, se nos antojan necesidades imperiosas para dar ese salto a la internacionalización y la ciencia en mayúsculas en idiomas globales, en las que todavía nuestra academia muestra una presencia meramente emergente. Como toda investigación de excelencia Mapcom I tendrá un Mapcom II que permitirá completar, profundizar y avanzar en los alineamientos estratégicos aquí señalados.

Apoyos

Esta investigación ha sido financiada por el Ministerio de Economía y Competitividad, a través del Proyecto de excelencia «El sistema de investigación en España, sobre prácticas sociales de comunicación: Mapa de proyectos, grupos, líneas, objetos de estudio y métodos» (CSO2013-48933-C4).

Referencias

- Almirón, N., & Reig, R. (2007). The communications research in Spain: the political economy epistemological approach. *American Communication Journal*, 9(2). <https://goo.gl/cwyH4g>
- Alsina, M.R., & Jiménez, L.G. (2010). Communication theory and research in Spain: A paradigmatic case of a socio-humanistic discipline. *European Journal of Communication*, 25(3), 273-286. <https://doi.org/10.1177/0267323110373458>
- Arcila, C., Piñuel, J.L., & Calderín, M. (2013). La e-investigación de la comunicación: Actitudes, herramientas y prácticas en investigadores iberoamericanos. [The e-research on media & communications: Attitudes, tools and practices in Latin America Researchers]. *Comunicar*, 40, 111-118. <https://doi.org/10.3916/C40-2013-03-01>
- Blázquez, M. (2015). Tesis doctorales en las universidades españolas durante el periodo 1977-2014. <https://goo.gl/JjULoZ>
- Cáceres, D., & Caffarel, C. (1993a). La investigación sobre comunicación en España. Un balance cualitativo. *Telos*, 32, 109-124.
- Caffarel, C., & Cáceres, D. (1993b). La comunicación en España: planteamientos temáticos y metodológicos entre 1987 y 1990. La

- investigación en España. Monografías. Cuadernos de Investigación en Comunicación, 29, 23- 30.
- Caffarel, C., Domínguez, M., & Romano, V. (1989). El estado de la investigación en Comunicación en España (1978-1987). Cuadernos de Investigación en Comunicación, 3, 45-57.
- Caffarel, C., Ortega, F., & Gaitán J.A. (2017). Investigación en comunicación en la universidad española en el periodo 2007 a 2014. El Profesional de la Información, 26(2), 218-227. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.08>
- Castillo, A., & Xifra, J. (2006). Investigación bibliométrica de las tesis doctorales españolas sobre relaciones públicas (1965-2005). Anàlisi 34, 141-161.
- Delgado, E., Torres, D., Contreras, E., & Ruiz, R. (2006). Análisis bibliométrico y de redes sociales aplicado a las tesis bibliométricas defendidas en España (1976-2002): temas, escuelas científicas y redes académicas. Revista Española de Documentación Científica, 29(4), 493- 524. <https://doi.org/10.3989/redc.2006.v29.i4.306>
- Fernández-Quijada, D., & Masip, P. (2013). Tres décadas de investigación española en comunicación: hacia la mayoría de edad [Three decades of Spanish communication research: Towards legal age]. Comunicar, 41, 15-24. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-01>
- Giménez-Toledo, E. & Jiménez-Contreras, E. (2013). Los agujeros negros de la comunicación [Black holes of communication Scientific communication and meta-research. Comunicar, 41, 10-13. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-a2>
- Jones, D.E. (1994). Investigació sobre comunicació a l'Espanya dels noranta. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Centre d'Investigació de la Comunicació i Universitat Autònoma de Barcelona. Cultura y comunicación social: América Latina y Europa Ibérica.
- Jones, D.E. (1998). Investigación sobre comunicación en España. Evolución y perspectivas. Zer, 5, 13-51.
- Jones, D.E., Baró, J., Landa, C., & Ontalba, J.A. (2000). Investigación sobre comunicación en España: Aproximación bibliométrica a las tesis doctorales (1926-1998). Barcelona: ComCat.
- López, P., & Vicente, M. (2011). Métodos y técnicas de investigación dominantes en las revistas científicas españolas sobre comunicación (2000-2009). In J.L. Piñuel, C. Lozano, & A. García (Eds.), Investigar la comunicación en España. Madrid: Asociación Española de Investigación en Comunicación / Universidad Rey Juan Carlos.
- Lozano, C., & Gaitán, J.A. (2016). Vicisitudes de la investigación en Comunicación en España en el sexenio 2009-2015. Disertaciones, 9, 2, 139-162. <https://doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016.07>
- Martínez, M. (2009). La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales. Revista Latina de Comunicación Social, 64, 1-14. <https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-800-01-14>
- Martínez, 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. <https://doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-926-101-129>
- Martínez-Nicolás, M., & Vicente-Mariño, M. (Eds.) (2016). La investigación sobre comunicación: Historia, situación actual y prospectiva. Disertaciones. 9, 1-7. <https://doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016>

- Piñuel, J.L. (2011). La docencia y la investigación universitarias en torno a la Comunicación como objeto de estudio en Europa y América Latina. Cuadernos Artesanos de Latina, 15. Tenerife: La Latina. <https://bit.ly/2KboaDh>
- Piñuel, J.L., Lozano, C., & Gaitán, J.A. (2016). Propuesta de estudio para realizar un mapa de la investigación en comunicación en América Latina. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 11, 22(12), 45-53.
- Repiso, R., Delgado, E., & Torres, D. (2011). Análisis bibliométrico y de redes sociales en tesis doctorales españolas sobre televisión (1976/2007). [Bibliometric and social network analysis applied to television dissertations presented in Spain (1976/2007)]. *Comunicar*, 37, 151-159. <https://doi.org/10.3916/C37-2011-03-07>.

Enlace alternativo

<https://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=56&articulo=56-2018-06> (html)