

# MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DOMINANTES EN LAS REVISTAS CIENTÍFICAS ESPAÑOLAS SOBRE COMUNICACIÓN (2000-2009)

Pablo López-Rabadán  
Universitat Jaume I – [rabadan@com.uji.es](mailto:rabadan@com.uji.es)

Miguel Vicente-Mariño  
Universidad de Valladolid – [miguelvm@soc.uva.es](mailto:miguelvm@soc.uva.es)

## Resumen

Esta comunicación revisa las publicaciones científicas españolas en el campo de la Ciencias de la Comunicación desde 2000 hasta 2009, centrándose prioritariamente en los abordajes metodológicos. Mediante un análisis de contenido cuantitativo, analizamos los trabajos incluidos en cuatro de las principales revistas españolas de este campo (*ZER, Comunicación y Sociedad, Revista Latina de Comunicación Social y Comunicar*). El objetivo principal es trazar un mapa inicial de las tendencias dominantes, identificando los métodos de investigación empleados y los objetos de estudio analizados, así como sugiriendo las potencialidades y debilidades de este ámbito de conocimiento.

## Palabras clave

Investigación en comunicación, Métodos y técnicas de investigación, España.

## Dominant Research Methods and Techniques in Spanish Communication Journals (2000-2009)

### Abstract

This paper reviews the Spanish scientific publications in the field of Communication Science from 2000 to 2009, focusing primarily on the methodological approaches. Using a quantitative content analysis, we analyze the articles published in the four main Spanish journals in this field (*ZER, Comunicación y Sociedad, Revista Latina de Comunicación Social y Comunicar*). The main objective is to draw an initial map of the dominant trends, identifying the research methods used and the objects of study analyzed, as well as suggesting the strengths and weaknesses of this field of knowledge.

### Keywords

Communication research, Research methods and techniques, Spain.

## 1. INTRODUCCIÓN

Las Ciencias de la Comunicación son un campo de conocimiento en evidente crecimiento dentro del sistema universitario español. La expansión incesante de la oferta de estudios de Comunicación en la educación superior de nuestro país requiere de una comunidad creciente de docentes, en primera instancia, y de investigadores. En 2010 hay 47 centros que ofrecen grados de Comunicación en España, y esto ha generado a su vez la consolidación de una nueva comunidad de profesores desarrollando una importante actividad docente e investigadora.

Un síntoma de madurez para cualquier disciplina científica consiste en la realización de estudios que analicen las tendencias dominantes en su interior. El actual contexto expansivo en los estudios sobre Comunicación no ha contado, hasta el momento, con un esfuerzo analítico sobre las actividades de investigación, más allá de los procesos de evaluación a los que, periódicamente, son sometidos los miembros del PDI, los departamentos y los centros universitarios. Esta revisión externa, cuya justificación remite a la gestión y al control de los méritos individuales y colectivos acumulados a lo largo de una carrera profesional poco definida hasta el momento, se debe completar con estudios internos que engloben al conjunto del campo de investigación.

En este sentido, cada vez son más las contribuciones científicas que profundizan en esta línea, observándose un evidente crecimiento en los últimos cinco años que viene a respaldar el esfuerzo completado por trabajos pioneros en los años noventa, liderados principalmente por Daniel JONES (1998). Por lo tanto, la meta-investigación en comunicación está asistiendo en los últimos tiempos a la formación de un primer grupo investigaciones que proporcionan datos empíricos sobre aspectos relacionados con la producción editorial especializada en Comunicación. De hecho, una de las conclusiones del II Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigadores de la Comunicación (AE-IC) señaló la conveniencia de completar este tipo de estudios de cara al fortalecimiento de la posición institucional de los estudios de comunicación dentro del marco general de la política científica.

En este texto ofrecemos una visión preliminar de la producción científica española en el campo de la Ciencias de la Comunicación durante la primera década del siglo XXI (2000-2009). Por medio de un análisis detallado de trabajos publicados en cuatro de las principales revistas españolas (*Revista Latina de Comunicación Social*, *Comunicación y Sociedad*, *Revista de la Facultad de Comunicación*, *ZER*, *Revista de Estudios de Comunicación y Comunicar*, *Revista de Medios de Comunicación y Educación*), se presenta información empírica sobre los abordajes metodológicos dominantes en la investigación española. Estas cuatro publicaciones científicas se situaban en el primer cuartil de la clasificación elaborada IN-RECS sobre la base del índice de impacto en el año 2008<sup>1</sup>. A pesar de que solamente dos de ellas (*Comunicar y Comunicación y Sociedad*) han pasado recientemente a formar parte del Journal Citation Reports, estas cuatro revistas son, sin duda, publicaciones de referencia para la comunidad científica española en comunicación.

---

<sup>1</sup> Los datos del año 2009 sitúan a *Comunicar* en décima posición, entrando en el primer cuartil en su lugar las revistas *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (EMP) y *Cuadernos de Información y Comunicación* (CIC).

El objetivo principal de este trabajo es analizar los métodos de investigación dominantes en estos documentos, tratando de identificar con precisión las técnicas de investigación más utilizadas entre los expertos españoles. Así, este trabajo se divide en cuatro partes principales. Primero, presentaremos el estado de la cuestión introduciendo las últimas aportaciones sobre meta-investigación comunicativa en España. Segundo, desarrollaremos la metodología empleada en el conjunto de la investigación. Tercero, presentaremos algunos de los resultados obtenidos hasta el momento y, finalmente, cerraremos el texto enumerando algunas conclusiones que pretenden servir como punto estímulo para la apertura de nuevas líneas de investigación y para la consolidación de algunos de los enfoques ya existentes.

## **2. ANTECEDENTES**

Los estudios sobre la investigación en comunicación en España han experimentado una constante consolidación durante las últimas décadas. MARTÍNEZ-NICOLÁS (2006 y 2008) completa una revisión detallada de la evolución experimentada desde los primeros compases de la disciplina en la academia española, en plena dictadura franquista, hasta un contexto como el actual, en el que el volumen de centros, de recursos y de profesionales se encuentra en su punto más alto.

Durante las primeras décadas, la construcción de los cimientos de las áreas de conocimiento (Periodismo, por una parte, y Comunicación Audiovisual y Publicidad, por otra) se tradujo en manuales de corte descriptivo con una marcada orientación hacia la adquisición de competencias profesionales. La década de los noventa se puede presentar como un punto de inflexión en el que la investigación empírica comienza a incrementar su presencia en la producción científica, mediante la consolidación de revistas científicas y el lento acceso de los proyectos del ámbito de la comunicación a la financiación pública de investigación. Por su parte, los primeros diez años del S.XXI se presentan como una fase expansiva, en la que la presencia científica española en revistas internacionales experimenta un auge notable (MASIP, 2010), al mismo tiempo que la repertorio de investigación en comunicación crece al abrigo de nuevos centros implicados y de una mayor cantidad de profesionales formados en estas facetas.

Los estudios sobre el conjunto de la investigación en comunicación tienen en autores como Miquel DE MORAGAS (1988), CAFFAREL y CÁCERES (1993) o, sobre todo, Daniel JONES (1994 y 1998, entre muchas otras) a sus primeras referencias. Este grupo completa las primeras aproximaciones y condensa el estado de la investigación a escala estatal, abriendo un campo de investigación que será explotado con mayor intensidad con la llegada del siglo XXI.

Durante el periodo que cubre esta comunicación, MARTÍNEZ-NICOLÁS (2006, 2008) se presenta como uno de los autores más prolíficos, dibujando tendencias en el conjunto de la investigación en comunicación mediante la realización de estudios empíricos acerca de las dimensiones y las metodologías empleadas en este campo. Sus trabajos de alcance general se completan con contribuciones especializadas que limitan su mirada a un ámbito concreto del estudio del proceso comunicativo, como sucede con la creatividad publicitaria (XIFRÁ y CASTILLO, 2006), la economía política de la

comunicación (ALMIRÓN y REIG, 2007), las teorías de la comunicación (GARCÍA-JIMÉNEZ, 2007), entre muchas otras.

Además, en los últimos años, el análisis bibliométrico también ha ido ganando terreno, ofreciendo nuevas oportunidades de investigación abiertas a posibles comparaciones internacionales (CASTILLO-ESPARCIA y RUBIO-MORAGA, 2010; FERNÁNDEZ-QUIJADA, 2008, 2010; GIMÉNEZ-TOLEDO y ALCAIN-PARTEARROYO, 2006; GIMÉNEZ-TOLEDO, ROMÁN-ROMÁN y ALCAIN-PARTEARROYO, 2007; MASIP, 2005). Así, el paulatino incremento de investigadores en comunicación está provocando un mayor interés por los estudios de meta-investigación, combinando la elaboración de estados de la cuestión actualizados sobre aspectos y dominios concretos de las Ciencias de la Comunicación con abordajes metodológicos propios de la bibliometría que contribuyen a la consolidación del campo.

### **3. METODOLOGÍA**

Esta investigación se marca como objetivo principal profundizar en el conocimiento de las técnicas y métodos empleados por la comunidad de investigadores en comunicación en España. Su propósito, por lo tanto, es contribuir al debate sobre la calidad de la investigación y de las publicaciones científicas del ámbito de las Ciencias de la Comunicación y favorecer una progresiva mejoría en las prácticas de investigación para alcanzar una mayor difusión internacional.

Para conseguir estos fines, resulta necesario completar una fase exploratoria previa, en la que se despliegue un trabajo de campo lo más exhaustivo posible sobre la situación del ámbito seleccionado. Así, consideramos que un análisis de contenido cuantitativo tomando como objeto de estudio las publicaciones científicas resulta el método más apropiado para alcanzar este objetivo inicial.

El análisis de contenido, además de ser uno de los métodos con mayor difusión en las Ciencias de la Comunicación, es una herramienta que permite un conocimiento profundo de aquellas partes de las unidades de análisis en las que encontremos información más significativa para nuestro objetivo de investigación. Su principal limitación es, por el contrario, un radio de acción limitado solamente al contenido manifiesto o, en este caso, a la información publicada en los artículos seleccionados. Además, obliga al equipo de codificación a emitir un juicio sobre el valor que adopta la unidad de análisis en cada una de las categorías sometidas a consideración, con el riesgo de dislocación que ello puede suponer respecto al proceso de investigación completado.

De cara al futuro, el campo de la meta-investigación en comunicación, además de recurrir a este método, necesitaría ampliar su repertorio hacia nuevas técnicas para la recogida y el análisis de los datos, que permitan alcanzar una mayor profundidad e incrementar las garantías de fiabilidad y de validez de los trabajos.

#### **3.1. Instrumento de investigación**

El protocolo de análisis de contenido elaborado para esta investigación está formado por 20 variables, listadas en el Cuadro 1. Se trata de un protocolo en el que se incluyen

algunas variables abiertas, con la idea de que una posterior recodificación de los valores identificados permita un conocimiento más cercano al contenido manifiesto:

*Cuadro 1. Protocolo de análisis de contenido*

	<b>Variable</b>	<b>Valores</b>
<b>1</b>	Unidad de análisis	
<b>2</b>	Número de autores	
<b>3</b>	Nombre de autores	
<b>4</b>	Tipo de publicación	- Artículos - Notas de investigación - Reseñas
<b>5</b>	Año de publicación	
<b>6</b>	Revista	- ZER - <i>Comunicación y Sociedad</i> - <i>Comunicar</i> - <i>Revista Latina de Comunicación Social</i>
<b>7</b>	Volumen de la revista	
<b>8</b>	Número de la revista	
<b>9</b>	Página de inicio	
<b>10</b>	Página final	
<b>11</b>	Título completo	
<b>12</b>	Palabras clave	
<b>13</b>	Objeto de estudio	
<b>14</b>	¿Se incluye un capítulo metodológico propio y diferenciado?	- Sí, se incluye una explicación detallada - Sí, se incluye una explicación superficial - No, pero se menciona en otros apartados - No se hace ninguna mención
<b>15</b>	Perspectiva metodológica	- Predominio de técnicas cuantitativas - Predominio de técnicas cualitativas - Se combinan técnicas de ambos tipos - No se incluye información al respecto
<b>16</b>	Técnicas de investigación	
<b>17</b>	Tipo de comunicación	- Masiva - Grupal - Interpersonal - Otras: especificar
<b>18</b>	Soporte mediático	- Prensa - Televisión - Radio - Internet - Otros: especificar
<b>19</b>	Idioma	
<b>20</b>	Afiliación institucional	

Fuente: Elaboración propia

La explotación de datos incluida en este texto, sin embargo, no se extiende a las veinte variables, sino que se ha hecho especial hincapié en aquellas que mantienen una

relación más directa con las decisiones metodológicas adoptadas por las personas que firman cada artículo.

### 3.2. Muestra de análisis

El primer paso para definir la muestra con la que trabajaríamos era la selección de las revistas que revisaríamos para elegir los artículos de investigación. Como hemos explicado en el marco teórico, la población de publicaciones científicas adscritas al ámbito de la Comunicación en España experimenta un constante crecimiento durante la última década. Sin embargo, nuestro propósito era analizar el conjunto de los diez primeros años del siglo XXI, por lo que necesariamente debíamos contar con publicaciones con, al menos, diez años de existencia. Para establecer el volumen de artículos sometidos a estudio, el primer paso fue cuantificar los que fueron publicados en cada revista y año. Estos datos aparecen resumidos en el Cuadro 2:

*Cuadro 2. Artículos publicados por revista y año*

<b>Año</b>	<b>ZER</b>	<b>CyS</b>	<b>RLCS</b>	<b>Comunicar</b>	<b>Subtotal</b>
<b>2000</b>	29	12	149	50	<b>240</b>
<b>2001</b>	28	12	85	46	<b>171</b>
<b>2002</b>	24	11	86	56	<b>177</b>
<b>2003</b>	23	11	38	50	<b>122</b>
<b>2004</b>	24	12	30	50	<b>116</b>
<b>2005</b>	22	10	28	59	<b>119</b>
<b>2006</b>	34	11	21	61	<b>127</b>
<b>2007</b>	34	12	21	48	<b>115</b>
<b>2008</b>	32	12	42	47	<b>133</b>
<b>2009</b>	29	21	79	43	<b>172</b>
<b>Subtotal</b>	<b>279</b>	<b>124</b>	<b>579</b>	<b>510</b>	<b>1492</b>

Fuente: Elaboración propia

Los datos devuelven realidades editoriales muy diferentes, evolucionando desde tres propuestas estables a lo largo de la década en cuanto a la cantidad de artículos publicados (*ZER*, *Comunicación y Sociedad* y *Comunicar*) hasta un caso más errático (*Revista Latina de Comunicación Social*). El hecho de que la última publicación difunda sus contenidos a través de Internet se presenta como un factor explicativo de esta política más irregular en cuanto a la composición de cada número de la revista, sobre todo en los primeros compases del periodo estudiado.

Dado que el volumen total de artículos científicos publicados en las cuatro revistas es de 1492, para obtener unos resultados con un margen de error del 3% y un nivel de confianza del 95% tendríamos que trabajar con una muestra compuesta por 179 artículos. El Cuadro 3, incluido en la página siguiente, nos presenta la distribución proporcional de la muestra, siguiendo los criterios de afijación habituales. Sin embargo, la composición de la muestra que finalmente proponemos opta por un criterio de distribución equitativa de los textos a seleccionar que, si bien no respetan los criterios de afijación proporcional respecto al conjunto de la población que se establecen en el diseño de muestras cuantitativas, creemos que se ajustan mejor al propósito de esta comunicación, que no es otro que el de mostrar una imagen conjunta y equilibrada de la producción científica publicada en España durante el periodo elegido.

Cuadro 3. Composición de la muestra siguiendo criterios proporcionales de afijación

Año	ZER	CyS	RLCS	Comunicar	Subtotal
2000	3	1	18	6	29
2001	3	1	10	6	21
2002	3	1	10	7	21
2003	3	1	5	6	15
2004	3	1	4	6	14
2005	3	1	3	7	14
2006	4	1	3	7	15
2007	4	1	3	6	14
2008	4	1	5	6	16
2009	3	3	9	5	21
<b>Subtotal</b>	<b>33</b>	<b>15</b>	<b>69</b>	<b>61</b>	<b>179</b>

Fuente: Elaboración propia

La estructura final de la muestra, por lo tanto, sobrerrepresenta la presencia de artículos de *ZER* y de *Comunicación y Sociedad*, mientras que infrarrepresenta a la producción de la *Revista Latina de Comunicación Social* y de *Comunicar*. El tamaño muestral elegido de 160 se aproxima a los 179, habiendo priorizado la composición de muestras de igual tamaño para cada revista al incluir 40 artículos por publicación. Además, de cara a la redacción de esta comunicación, y debido al hecho de que la investigación todavía se encuentra en plena realización, los resultados que se ofrecerán en los siguientes apartados se han obtenido a partir del 50% de la muestra, es decir, a partir de 80 artículos científicos, procediendo veinte de cada una de las cuatro revistas y distribuidos de forma idéntica entre los diez años de los que está compuesta la muestra. La selección de los artículos que componen tanto la muestra general como el subgrupo investigado fue aleatoria. Así, el Cuadro 4 resume el proceso de distribución de la selección de artículos, el tamaño muestral del proyecto y su grado de concreción real en este texto.

Cuadro 4. Distribución anual y por revista de la población, de la muestra diseñada y de los artículos analizados

Año	ZER			CyS			RLCS			Comunicar			Subtotal		
	T	M	A	T	M	A	T	M	A	T	M	A	T	M	A
2000	29	4	2	12	4	2	149	4	2	50	4	2	240	16	8
2001	28	4	2	12	4	2	85	4	2	46	4	2	171	16	8
2002	24	4	2	11	4	2	86	4	2	56	4	2	177	16	8
2003	23	4	2	11	4	2	38	4	2	50	4	2	122	16	8
2004	24	4	2	12	4	2	30	4	2	50	4	2	116	16	8
2005	22	4	2	10	4	2	28	4	2	59	4	2	119	16	8
2006	34	4	2	11	4	2	21	4	2	61	4	2	127	16	8
2007	34	4	2	12	4	2	21	4	2	48	4	2	115	16	8
2008	32	4	2	12	4	2	42	4	2	47	4	2	133	16	8
2009	29	4	2	21	4	2	79	4	2	43	4	2	172	16	8
<b>Total</b>	<b>279</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>124</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>579</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>510</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>1492</b>	<b>160</b>	<b>80</b>

Fuente: Elaboración propia



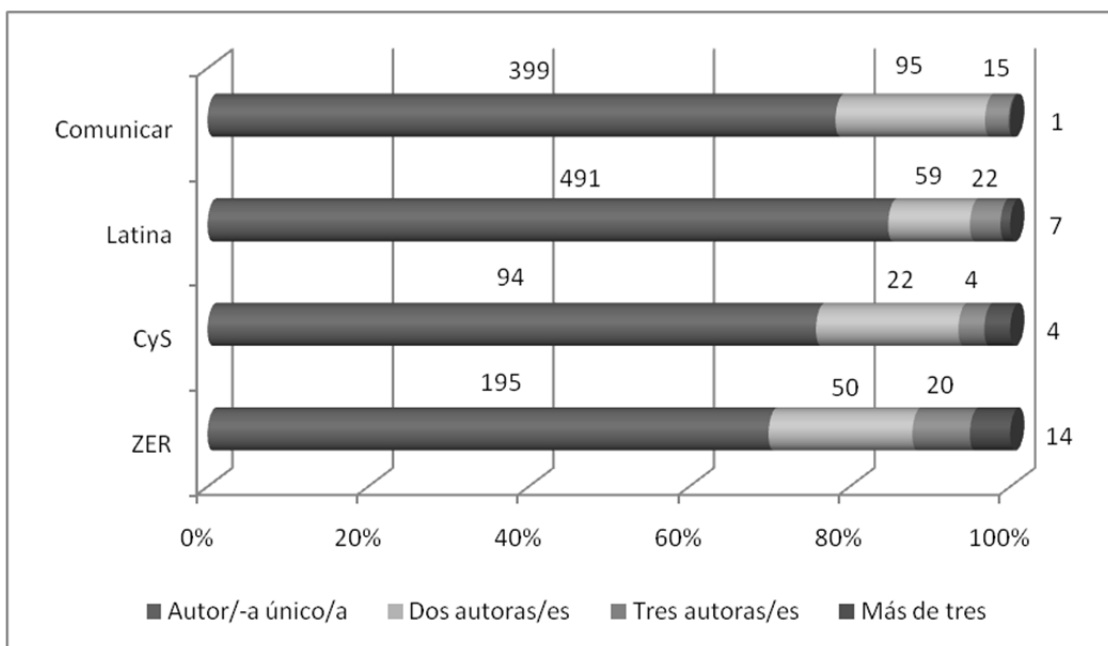
En resumen, los datos obtenidos en esta comunicación deberán confirmarse con un mayor tamaño muestral para contar con la validez científica que arrojan otras contribuciones significativas en este campo de estudios. De todos modos, consideramos que los resultados que arroja el análisis de los 80 artículos permiten vislumbrar algunas conclusiones que, en la medida en que reafirman algunos de los trabajos previos, pueden resultar de interés.

#### 4. RESULTADOS

La explotación de los datos obtenidos durante la primera fase de la investigación nos ha permitido, en primer lugar, evaluar la validez del protocolo, de cara a perfeccionar algunas de las categorías analizadas. Segundo, nos ha devuelto unos datos que, en gran medida, refuerzan las conclusiones obtenidas por otras investigaciones previas, por lo que consideramos que nuestra contribución ayuda, en su formulación actual, a consolidar una serie de rasgos que permiten describir el campo de estudio en lo que a las cuestiones metodológicas se refiere. De todas formas, será necesario completar el vaciado de información en el conjunto de la muestra para confirmar las tendencias que se apuntan y que, a continuación, desglosamos siguiendo la secuencia establecida en el protocolo previamente expuesto.

La autoría individual se presenta como francamente mayoritaria en el conjunto de la producción editorial española. Tomando como referencia los 1492 artículos que forman el conjunto de la población analizada, observamos que el 79% de las publicaciones son firmadas por una sola persona, un posible síntoma de una disciplina en la que la formación de equipos amplio de investigación se haya completado con retraso respecto a otras Ciencias Sociales vecinas.

*Figura 1. Composición de la autoría (N = 1492)*



Fuente: Elaboración propia



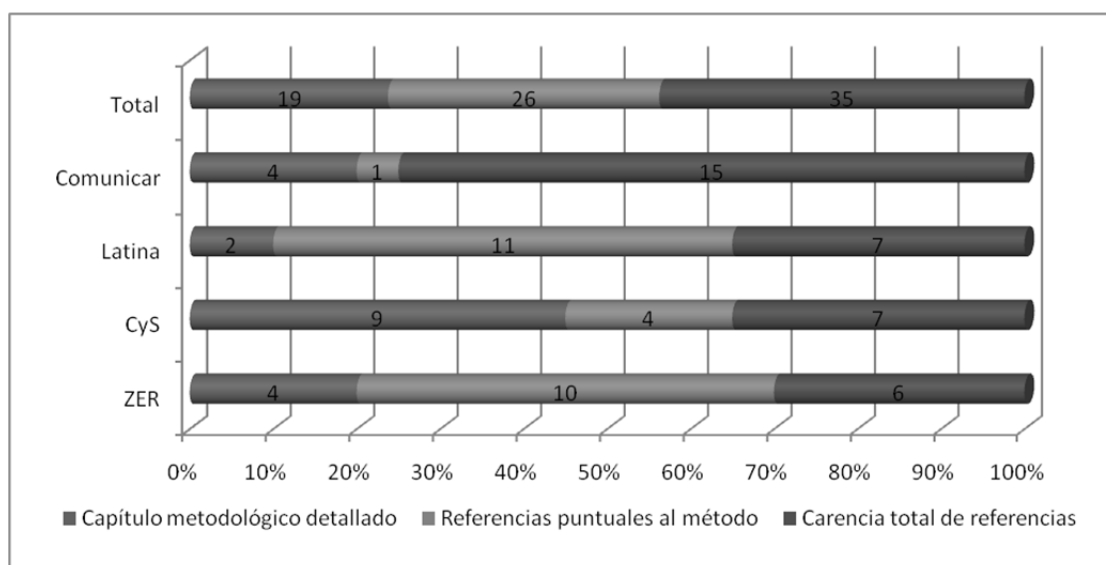
Las recomendaciones acerca del impacto y el reconocimiento académico de las publicaciones compartidas por equipos excesivamente amplios también pueden haber ejercido una influencia en el dato de que solamente el 1'7% de toda la población haya sido firmado por más de tres personas.

## 4.2. Información sobre el diseño metodológico

El desarrollo de un capítulo metodológico específico resulta imprescindible para proporcionar garantías de validez a cualquier artículo científico. Sin embargo, la juventud del campo de investigación, unida a una tradición de estudios en los que los aspectos metodológicos quedaban parcialmente eclipsados por la presentación de resultados ha generado una considerable relajación en la contemplación de estos requisitos. Así, en ocasiones nos podemos encontrar con trabajos que exponen unas brillantes conclusiones sin relatar con igual precisión el procedimiento seguido para llegar a tales consideraciones.

Los resultados cosechados devuelven una imagen negativa respecto a la transparencia metodológica de la investigación que se ha venido publicando en los últimos años, ya que en un 43'8% de los artículos no es posible localizar ningún tipo de referencias a cómo se realizó la investigación. La inclusión de un capítulo detallado sobre metodología alcanza al 23'8% de los artículos, mientras que un 32'5% incorpora alguna referencia, de forma puntual, sobre estos aspectos.

*Figura 2. Información proporcionada en el artículo sobre metodología (N=80)*



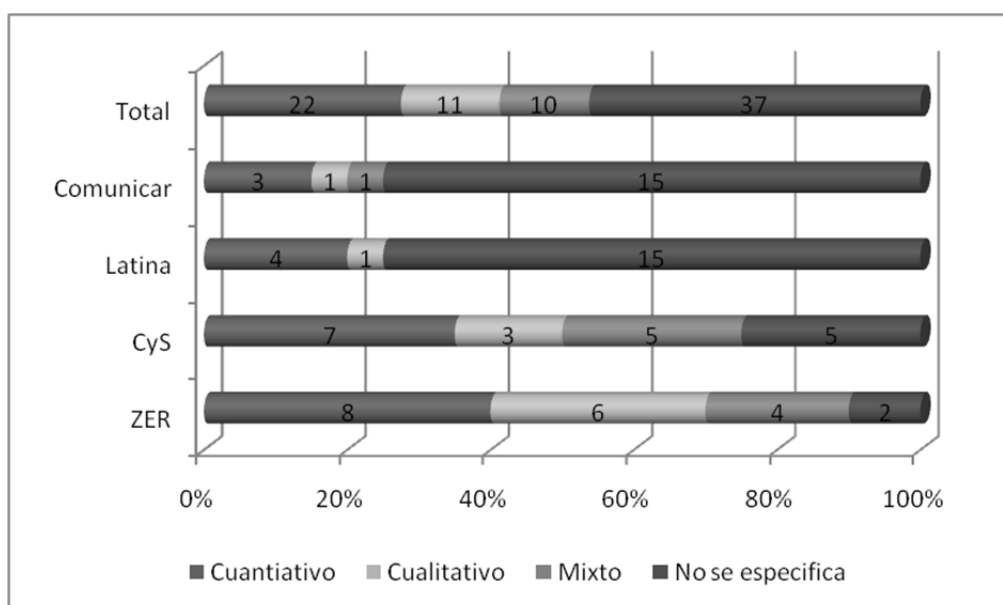
Los resultados parecen mejorar con el paso del tiempo, es decir, se alcanzan unos datos más positivos en los últimos años del periodo analizado. El motivo podría apuntar tanto a una mayor formación en investigación por parte de las personas que realizan los artículos como a la generalización de normas de redacción mucho más estrictas en las publicaciones científicas españolas, entre las que habitualmente se encuentra la elaboración de un apartado dedicado exclusivamente al método empleado. El interés de las revistas por incorporarse a los sistemas internacionales de indexación y

de medición del impacto bibliométrico, además de la necesaria búsqueda de mayor calidad editorial, explican la adopción de estas políticas de publicación.

### 4.3. Técnicas de investigación

Como hemos señalado anteriormente, el hecho de que no se hable de metodología no es sinónimo, necesariamente, de que no se haya completado un abordaje empírico para realizar un artículo. Así, nos encontramos con trabajos que, sin mencionar apenas cuestiones metodológicas, incluyen datos sobre la aplicación de técnicas de investigación. Analizando estas referencias, podemos observar que la muestra devuelve un predominio de los abordajes cuantitativos, con un 27'5% de los casos, respecto a los cualitativos, que se sitúan en el 13'8% y a los modelos mixtos que combinan aportaciones de ambas perspectivas y que alcanzan el 12'5%. La suma de estos tres grupos nos devuelve el dato de que un 46'3% de los artículos no incluye ninguna mención a las técnicas de investigación empleadas, tal y como muestra la Figura 3:

Figura 3. Dimensión predominante de la investigación (N=80)

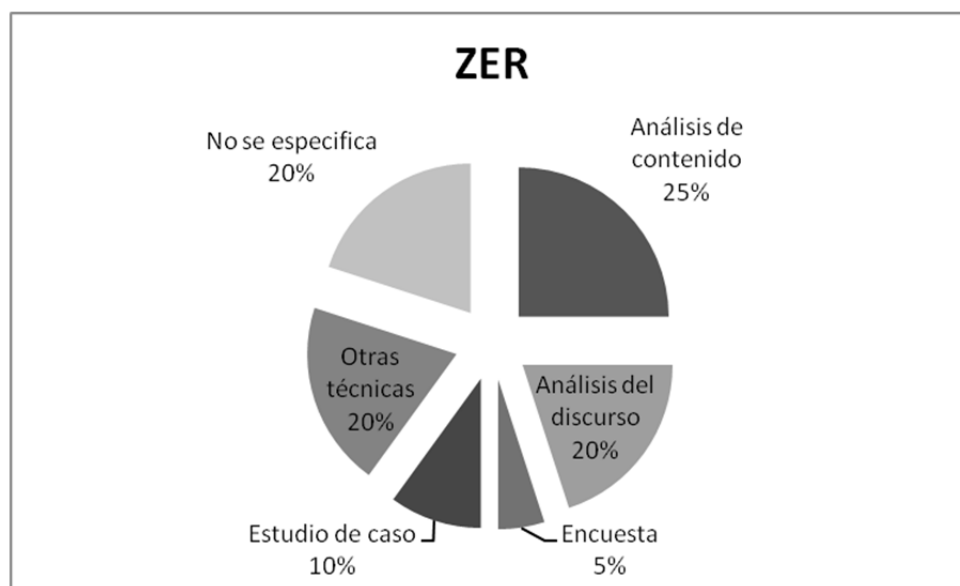


Fuente: Elaboración propia

Sin ánimo de entrar en comparaciones entre revistas, el análisis de las técnicas de investigación empleadas en cada una de ellas nos permite profundizar algo más en los hábitos de la comunidad investigadora española.

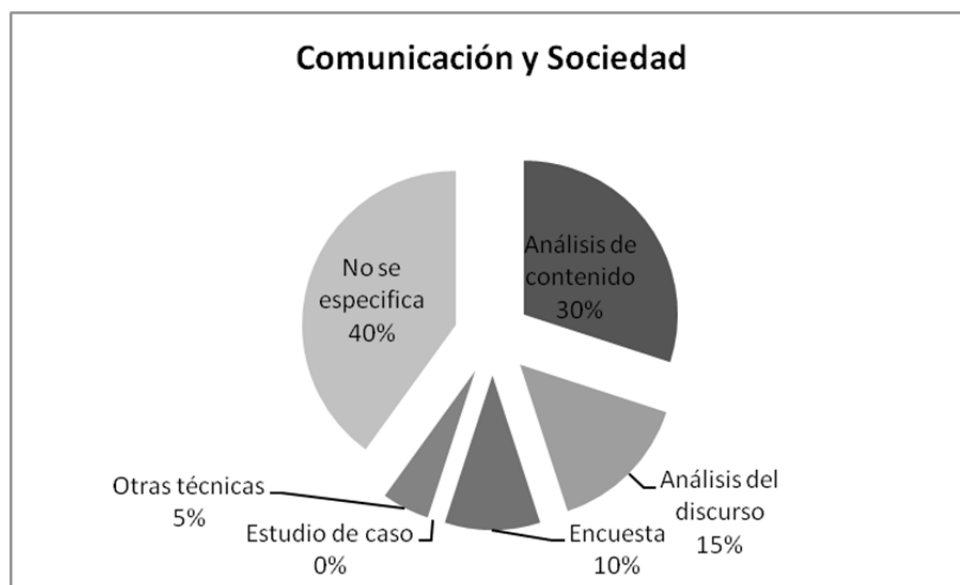
En el caso de *ZER* nos encontramos con un evidente predominio de técnicas de análisis de textos procedentes, en su mayoría, del medio impreso, situando al análisis de contenido cuantitativo y al análisis del discurso en una posición de liderazgo que confirma las tendencias apuntadas en la literatura especializada (VICENTE-MARIÑO, 2006; MARTÍNEZ-NICOLÁS y SAPERAS-LAPIEDRA, 2011). Por su parte, *Comunicación y Sociedad* presenta una mayor cantidad de artículos en los que no se identifica ninguna técnica de investigación (40%), si bien el peso del análisis discursivo y del análisis de contenido sigue siendo manifiesto.

Figura 4. Técnicas de investigación empleadas en los artículos publicados en ZER (N=20)



Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Técnicas de investigación empleadas en los artículos publicados en Comunicación y Sociedad (N=20)

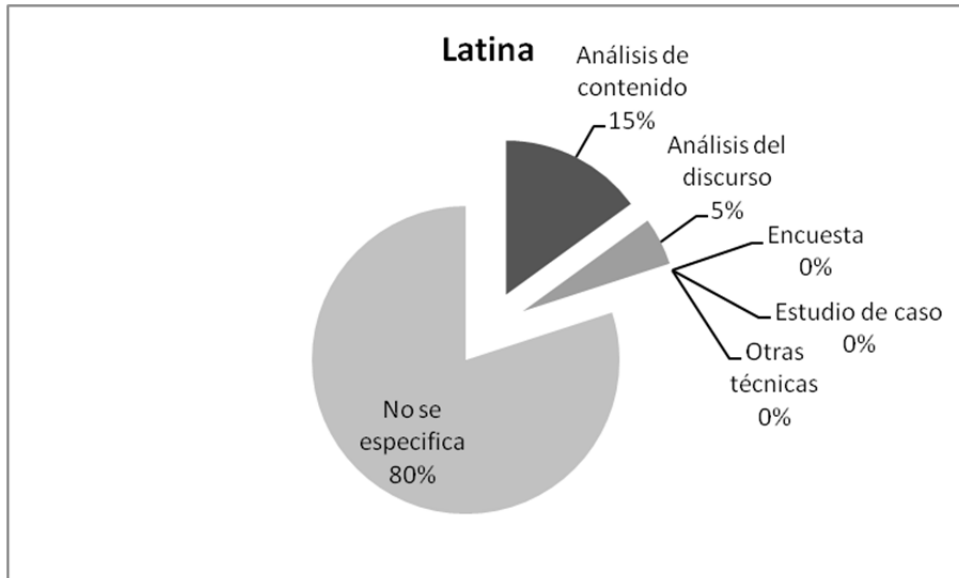


Fuente: Elaboración propia

Los datos son menos positivos, en lo que al uso declarado de técnicas de investigación se refiere, se encuentran en la *Revista Latina de Comunicación Social* y en *Comunicar*, con más de las tres cuartas partes de los artículos analizados en los que no se incluye información sobre las técnicas de investigación empleadas. Se trata de unos indicadores ilustrativos, que ponen en evidencia un giro editorial durante los últimos años que les ha permitido conseguir grandes éxitos, como el acceso al JCR en el caso de *Comunicar* o la primera posición en In-Recs para la *Revista Latina de Comunicación Social*. El incremento de la rigurosidad en los filtros sobre metodología está detrás,

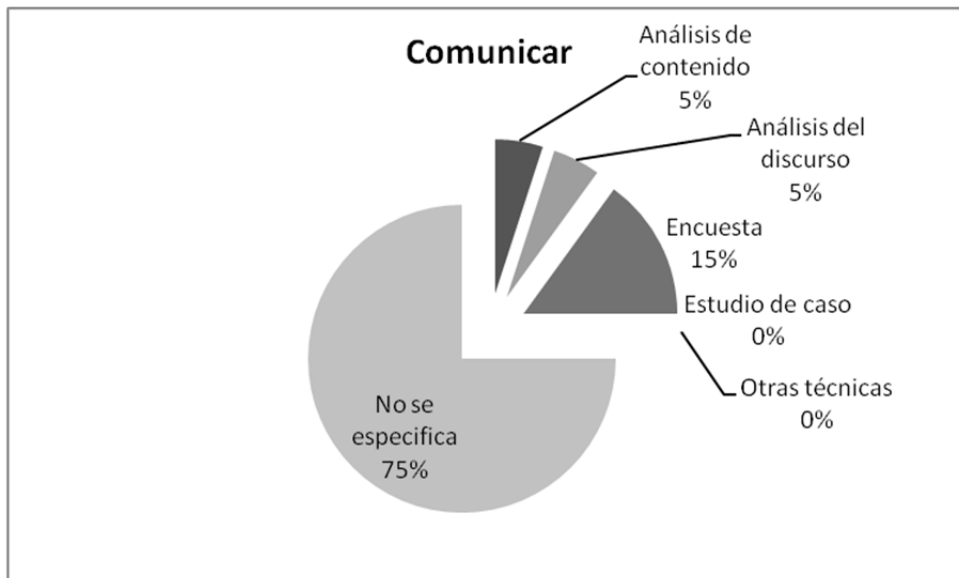
entre otras inteligentes estrategias de posicionamiento editorial, del ascenso de ambas publicaciones en los índices nacionales e internacionales.

Figura 6. Técnicas de investigación empleadas en los artículos publicados en Revista Latina de Comunicación Social (N=20)



Fuente: Elaboración propia

Figura 7. Técnicas de investigación empleadas en los artículos publicados en Comunicar (N=20)



Fuente: Elaboración propia

Tomando el conjunto de los datos, llama la atención la mínima presencia de las encuestas, así como la ausencia prácticamente absoluta de los diseños experimentales. En ambos casos, el elevado coste de realización de estas técnicas podría ser una explicación plausible, si bien el nivel de formación en cuestiones metodológicas también se convierte en un posible factor a tomar en consideración para explicar este

desequilibrio entre los estudios sobre el análisis de la producción mediática y los análisis más centrados en los sujetos emisores y, sobre todo, receptores de los mensajes.

## 5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La investigación publicada en España dentro de las principales revistas científicas especializadas en Ciencias de la Comunicación ha experimentado una notable aceleración durante la última década en términos cuantitativos. El número de revistas disponible ha aumentado, abriendo nuevas oportunidades para una creciente comunidad de investigadores. En este sentido, el efecto ANECA (PERCEVAL y FORNIELES, 2008; SORIANO, 2008; MASIP, 2010) continúa dejándose sentir.

Sin embargo, este proceso todavía requiere de una fase de apuntalamiento, en la que las revistas con mayor bagaje deben ejercer una función de referencia. Así, el análisis completado sobre las cuatro revistas que hemos analizado nos devuelve un fiel reflejo de ese proceso de transición que experimenta el conjunto de la investigación en comunicación en España. La implantación de criterios de publicación claros y rigurosos es la mejor garantía para que progresivamente se corrijan algunas de las magnitudes que acabamos de presentar.

En un artículo reciente (MARTÍNEZ NICOLÁS y SAPERAS LAPIEDRA, 2011), concluyen que la investigación publicada en las revistas españolas “adolece de una generalizada insuficiencia metodológica”. Nuestra contribución en estas páginas comparte este diagnóstico, al constatar la escasa cantidad de artículos en los que se incorpora un apartado específico en el que se expongan estas decisiones, y todo esto sin entrar en una valoración de la pertinencia del diseño metodológico que complicaría nuestro estudio en exceso. Aún así, es necesario señalar que se percibe una notable mejoría durante los últimos años, conseguida en parte gracias a la insistencia de los equipos editoriales en la recomendación de adoptar un guión “ortodoxo” para los artículos de investigación.

Esta carencia se traslada, lógicamente, al apartado de las técnicas de investigación. En las que más de la mitad de los artículos analizados no se incluye ninguna mención al procedimiento empleado para la recogida de la información o para el análisis de los datos, hecho que sitúa a la investigación española en comunicación en un espacio incómodo, en el que la conexión entre datos empíricos y conclusiones no se acaba de visualizar con toda la claridad que sería recomendable.

Una posible explicación a estos datos podría remitir al hecho de que las revistas españolas continúan conservando una aspiración generalista por la que pretenden incluir en sus páginas investigaciones procedentes de coordenadas teóricas y prácticas muy diferenciadas. Quizá la apuesta por una mayor especialización en un campo concreto de investigación, como el caso de *Comunicar* y su atención a la edu-comunicación, podría contribuir a establecer unos modelos de artículos más rigurosos y ajustados al alcance temático y a la orientación metodológica de la revista.

De todas formas, parece claro que el futuro de la investigación en comunicación pasa por un mayor rigor metodológico que permita equiparar los resultados obtenidos a

otras disciplinas de las Ciencias Sociales y que se traduzca en una progresiva consolidación de este campo de estudios.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

ALMIRÓN, N. y REIG, R. (2007) “The communications research in Spain: the Political Economy epistemological approach”, en *American Communication Journal*, 9 (2). Disponible en [consulta: 25 de enero de 2011]:

<http://acjournal.org/holdings/vol9/summer/articles/spain.html>

CÁCERES, M<sup>a</sup>.D. y CAFFAREL, C. (1993) “La comunicación en España: planteamientos temáticos y metodológicos entre 1987 y 1990”, en AICE, *La investigación en la comunicación. III Simposio de la Asociación de Investigadores en Comunicación del Estado Español (AICE)*, AICE, Madrid, 1993, pp. 23-30.

CASTILLO-ESPARCIA, A. y RUBIO-MORAGA, Á. (2010) “La calidad de la indización en las bases de datos científicas sobre comunicación. Estudio comparativo de las revistas con mayor índice de impacto según el ISI Journal Citation Report”. Comunicación presentada en el II Congreso de la Asociación Española de Investigación en Comunicación, 3-5 de febrero de 2010, Málaga.

FERNÁNDEZ-QUIJADA, D. (2008) “Revistas científicas e índices de impacto. A propósito de «Hacer saber»”, en *Área Abierta*, 20, pp. 1-10. Disponible en [consulta: 4 de mayo de 2009]:

<http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/15788393/articulos/ARAB0808230001D.PDF>

FERNÁNDEZ-QUIJADA, D. (2010) “El perfil de las revistas españolas de comunicación (2007-2008)”, en *Revista Española de Documentación Científica*, vol. 33 (4), pp. 553-581.

GARCÍA-JIMÉNEZ, L. (2007) *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: Tecnos.

GIMÉNEZ-TOLEDO, E. y ALCAIN-PARTEARROYO, M. D. (2006) “Estudio de las revistas españolas de periodismo”, en *Comunicación y sociedad*, vol. XIX (2), 107-131.

GIMÉNEZ-TOLEDO, E., ROMÁN-ROMÁN, A. y ALCAIN-PARTEARROYO, M. D. (2007) “From experimentation to coordination in the evaluation of Spanish scientific journals in the humanities and social sciences”, en *Research Evaluation*, vol. 16 (2), pp. 137-148.

JONES, D.E. (1994) “Investigació sobre comunicació a l'Espanya dels noranta”. En Varios Autores. *Cultura y comunicación social: América Latina y Europa ibérica*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació (CEDIC), p. 87-98.

JONES, D.E. (1998) “Investigación sobre comunicación en España. Evolución y perspectivas”, en *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 5, pp. 13-51.

MARTÍNEZ-NICOLÁS, M. (2006) “Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento”, en *Anàlisi*, 33, pp. 135-170.

MARTÍNEZ-NICOLÁS, M. (2008) “La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales”, en M. Martínez Nicolás (Coord.) *Para investigar la comunicación. Propuestas teóricas-metodológicas*, pp.13-52. Madrid: Tecnos. Disponible en [consulta: 25 de enero de 2011]: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/01\\_800\\_01\\_investigacion/Manuel\\_Martinez\\_Nicolas.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/01_800_01_investigacion/Manuel_Martinez_Nicolas.html)

MARTINEZ-NICOLÁS, M. y SAPERAS-LAPIEDRA, E. (2011) “La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 101 a 129, recuperado el 1 de abril de 2011, de [http://www.revistalatinacs.org/11/art/926\\_Vicalvaro/05\\_Nicolas.html](http://www.revistalatinacs.org/11/art/926_Vicalvaro/05_Nicolas.html)

MASIP, P. (2005) “European Research in Communication during the years 1994-2004: a Bibliometric Approach”, en *First European Communication Conference*, Amsterdam, Holanda: ECREA [CD-ROM].

MASIP, P. (2010) “Mapping communication research in Europe (1994-2009): A bibliometric approach”. Comunicación presentada en *Third European Communication Conference*, ECREA Hamburg, Alemania.

MASIP, P., y FERNÁNDEZ-QUIJADA, D. (2011) “Mapping Communication Research in Catalonia: a comparative analysis of publication patterns in scholarly journals (2007-09)”, en *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, v. 3, n.1, (en prensa).

MORAGAS, M. de (1988) “Los estudios sobre comunicación y nuevas tecnologías en España: indicaciones sobre sus antecedentes y estado actual”, en *C.IN.CO. Cuadernos de Investigación en Comunicación*, 1, pp. 11-19.

PERCEVAL, J. M., y FORNIELES, J. (2008) “Confucio contra Sócrates: la perversa relación entre la investigación y la acreditación”, en *Anàlisi*, 36, pp. 213-224.

SORIANO, J. (2008) “El efecto ANECA”, en *Actas y memoria final. Congreso internacional fundacional AE-IC*, pp. 1-18, Santiago de Compostela, España: Asociación Española de Investigación de la Comunicación [CD-ROM].

VICENTE-MARIÑO, M. (2009) “Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso. La necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica”. En Francisco Sierra (Coord.) *Iberoamérica: comunicación, cultura y desarrollo en la era digital*. Sevilla: Universidad de Sevilla. [CD-ROM]

XIFRA, J. y CASTILLO, A. (2006) “Forty years of doctoral public relations research in Spain: A quantitative study of dissertation contribution to theory development”. *Public Relations Review*, 32, pp. 302-308.