

### Cómo citar este artículo en bibliografías / Referencia

C Peñafiel-Saiz, M Ronco-López, J J Videla-Rodríguez, L Echegaray-Eizaguirre (2019): “Percepción y análisis de la comunidad universitaria sobre el sistema actual de investigación de la comunicación en España”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 1521 a 1541.

<http://www.revistalatinacs.org/074paper/1397/80es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2019-1397](https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1397)

# Percepción y análisis de la comunidad universitaria sobre el sistema actual de investigación de la comunicación en España

Perception and analysis of the university community in terms of the current system of communication research in Spain

**C. Peñafiel-Saiz** [[CV](#)] [] [] Profesora del departamento de Periodismo – Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, UPV/EHU, España – [carmen.penafiel@ehu.es](mailto:carmen.penafiel@ehu.es)

**M. Ronco-López** [[CV](#)] [] [] Profesora del Departamento de Periodismo – Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, UPV/EHU, España – [milagros.ronco@ehu.es](mailto:milagros.ronco@ehu.es)

**J.J. Videla-Rodríguez** [[CV](#)] [] [] Profesor de Comunicación Audiovisual, Universidade da Coruña - [videla@udc.es](mailto:videla@udc.es)

**L. Echegaray-Eizaguirre** [] [] Profesor de Cámarabilbao University Business School, Bilbao, España – [lazaro.echegaray@camarabilbaoubs.com](mailto:lazaro.echegaray@camarabilbaoubs.com)

## Abstract

**[ES] Introducción.** Este artículo explora las prácticas sociales de la investigación en Comunicación en España. Recoge los resultados de una encuesta dirigida al profesorado en activo censado en las universidades españolas con titulación de Grado y Postgrado en Comunicación, a investigadores afiliados a las comunidades científicas y a los doctorandos de Comunicación. **Metodología.** Se ha invitado a participar a un total de 2418 investigadores con acceso al cuestionario mediante un link, siendo 838 los que respondieron a las preguntas. **Resultados.** El estudio muestra un cierto desfase entre lo que son las políticas institucionales académicas y la percepción que tienen los investigadores sobre ellas. **Discusión.** Se advierte la escasa relación que en el campo de la Comunicación existe entre la empresa y la universidad, una relación que debiera implicar un modelo de generación de conocimiento transferible al ámbito social y laboral como forma de obtener valor añadido.

**[EN] Introduction.** This paper explores the social practices of Communication research in Spain. It gathers the results of a questionnaire targeted to actively working professors included in the census of Spanish universities with Graduate and Post-Graduate studies in Communication, researcher's

members of scientific communities and doctorate students in Communication. **Methodology.** A total of 2,418 researchers were invited to participate and were granted access to the questionnaire by clicking a link, being 838 the number that completed the questions. **Results.** The study shows a certain mismatch between academic institutional policies and the perception of researchers about them. **Discussion.** There is noticed the scarce relationship between companies and university in the field of Communication, a relationship that should entail a model of generation of knowledge transferable to the social and labour context as a means for obtaining added value.

### Keywords

[ES] Investigación sobre comunicación; proyectos de investigación; tesis doctorales; información científica; universidades.

[EN] Research on Communication; research projects; doctoral theses; scientific information; universities.

### Contents

[ES] 1. La investigación en Comunicación: un campo joven y poco desarrollado. 2. Acercamiento al objeto de estudio. 2.1. El papel de las Asociaciones. 3 Proceso metodológico. 4. Análisis y Resultados. 4.1. Perfiles sociodemográficos de las personas encuestadas. 4.2. Experiencia como investigadores principales de proyectos I+D. 4.3. Experiencia personal en la actividad Investigadora. 4.4. Participación de los investigadores en diferentes categorías de proyectos: internacionales, estatales, autonómicas y competitivos de universidad. 4.5. Objetivos de investigación, campos de estudio y técnicas empleadas para elaborar e interpretar datos. 4.6. Experiencia investigadora y beneficio obtenido como retorno. 4.7. Valoración de las debilidades y fortalezas de la investigación en Comunicación. 5. Discusión y Conclusiones. 6. Notas. 7. Referencias

[EN] 1. Communication research: a young and underdeveloped area. 2. Approach towards the study object. 2.1. The role of Associations. 3 Methodological process. 4. Analysis and Results. 4.1. Sociodemographic profiles of respondents. 4.2. Experience as principal investigators of the R+D projects. 4.3. Personal Experience in Research activity. 4.4. Participation of researchers in the different project categories: international, national scope, autonomic and competitive by university. 4.5. Research objectives, study areas and techniques used to elaborate and interpret data. 4.6. Research experience and profitability. 4.7. Assessment of weaknesses and strengths of Communication research. 5. Discussion and Conclusions. 6. Notes. 7. List of references

Traducido por **Yuhanny Henares**  
(Traductora académica, Universitat de Barcelona)

## 1. La investigación en Comunicación: un campo joven y poco desarrollado

Cada vez son más numerosos los estudios e investigaciones que generan un conocimiento sobre la situación de la investigación en Comunicación en las universidades españolas. El total de estudios realizados hasta hace unos años resultaba insuficiente de cara a encontrar una información seria y completa sobre la realidad de esta disciplina. De hecho, autores como De Moragas-Spà (2011, 2008), Bustamante-Ramírez (2018), Piñuel-Raigada (2010), Piñuel-Raigada, Gaitán-Moya, Caffarel-Serra y Lozano-Ascensio (2017), Almirón (2007), Castillo-Esparcia et al (2012), Martínez-Nicolás (2009), Rodríguez-Gómez (2018), Hoyos (2017), Tato-García, Tato-Jiménez y Castillo-Díaz (2014), Peñafiel-Saiz et al (2017) y Caffarel-Serra, Gaitán-Moya y Lozano-Ascensio (2018), entre otros, insisten en la necesidad de generar una reflexión metodológica que analice e informe sobre las características que muestran los estudios de Comunicación en España. Es preciso señalar que el objeto de estudio ha

quedado institucionalizado como campo disciplinario, pero sin que esto signifique que posee un estudio detallado sobre los proyectos, grupos, líneas, objetos y métodos que lo configuran.

Las investigaciones anteriores indican la funcionarización y burocratización del profesorado universitario español como uno de los peligros a los que se expone nuestro sistema académico, tal y como sucede en otros países europeos según *Academic Manifesto* (Halffman y Radde, 2015). Además, se incide en la situación de los jóvenes investigadores marginados a situaciones de subsidio o condenados a abandonar sus investigaciones por falta de expectativa profesional, escasez de ayudas en forma de becas y la dificultad de encontrar un encaje laboral académico satisfactorio.

Por otro lado, parece evidente que los estudios de Comunicación financiados tienen que aportar algo a la sociedad de tal forma que se entienda la oportunidad de su financiación. Es importante evaluar la contribución que estos estudios hacen a las demandas de innovación social y su alcance a nivel público. También es imprescindible que los estudios de Comunicación muestren resultados aplicables y de valor social, de manera que su financiación sea comprendida y aceptada. En lo que tiene que ver con las tesis doctorales, se observa también cómo las calificaciones de las mismas hablan de su 'excelencia'. El problema es que la gran mayoría de las tesis doctorales realizadas son valoradas con *cum laude*, que muestra el nivel más alto de excelencia. Siguiendo la pregunta planteada por el profesor Díaz-Nosty “¿es éste un indicador cierto de la excelencia de las investigaciones doctorales? Hay suficientes indicios para cuestionar que esos filtros (los controles y las evaluaciones establecidas) atribuyan, en nuestra área de conocimiento, calidad, oportunidad, novedad, utilidad científica y rentabilidad social” (2017, pp. 93-94).

El campo de los estudios de investigación en comunicación en España es relativamente joven y en consecuencia poco desarrollado. Al hacer el análisis comparativo con otras áreas geográficas a nivel mundial, se observa cómo países como Estados Unidos acaparan la mayor parte de la producción científica en este campo y así puede constatar en Peters (2014, p.28) y en Gingras y Mosbah-Nathanson (2011). También la mayor parte de las revistas científicas se encuentran en este país. Europa queda relegada a un importante segundo puesto en lo que a producción se refiere, pero la situación de España dentro del continente es todavía débil. Esto puede observarse al tener en cuenta el idioma en que se reproducen los resultados de las investigaciones, siendo el inglés la lengua mayoritaria, seguida por el alemán y el francés para dejar en un cuarto lugar los artículos escritos en español. Esto coincide con las referencias existentes en lo que se refiere a las citas en las revistas más importantes, donde Estados Unidos y Europa ocupan lugares de importancia entre las revistas más citadas (Jorge y De-Frutos, 2017).

El objeto de este artículo es descubrir el modo en que se configuran las representaciones sociales de los investigadores académicos en torno a proyectos, grupos, líneas, objetos de estudio y métodos de investigación sobre las prácticas de investigación en Comunicación en España.

## **2. Acercamiento al objeto de estudio**

La Comunicación como objeto de estudio está en continua transformación. A esa realidad se le une la de ser una ciencia interrelacionada con otras disciplinas afines en los ámbitos de la educación, el arte, la cultura, la sociología, la psicología, la economía, la lingüística, la política o la publicidad, por citar algunas (Peñafiel et al, 2017). Todo ello a nivel internacional y con escasos apoyos en no pocas ocasiones, según las observaciones de Hamelink y Nordenstreng (2016: 47)

*Las historias del campo emergente de la comunicación de masas [...] en Europa continental desde finales del siglo XVII en adelante y en Estados Unidos desde comienzos del siglo XIX en adelante, nos permiten reconocer el escaso y tardío rol que han jugado las instituciones internacionales en moldear la investigación en comunicación. [...] Es solamente a partir del siglo XX cuando podemos encontrar algún intercambio sistemático de investigación a escala internacional, construido a través de estructuras particulares como los encuentros internacionales o las asociaciones entre académicos relevantes.*

Su consideración por parte de instituciones de la Ciencia y la Cultura, como es el caso de la UNESCO, resulta contradictoria. En 1946, la UNESCO propuso la creación de un Instituto Internacional para la Prensa y la Información, que promoviera la formación de periodistas y el estudio de los problemas de los Medios a nivel mundial, considerado un tema relevante debido al papel que habían desempeñado en las relaciones internacionales durante la guerra. En 1948 se incorporó a la Declaración Universal de los Derechos Humanos el Artículo 19 sobre Libertad de Expresión e Información. En 1952, la UNESCO abrió dos líneas de referencia: establecimiento de centros de formación para periodistas y fundación de una organización internacional para la promoción de investigación científica sobre comunicación masiva. En 1956 se fundó el Centro para la Educación Superior en Periodismo. Al año siguiente, con las bases institucionales ya establecidas y con el respaldo de la UNESCO, se fundó la Asociación IAMCR/AIECS/AIERI.

De lo observado hasta el momento, se puede deducir que la UNESCO apoyó firmemente el desarrollo del campo periodístico, favoreciendo la formación y la investigación a nivel internacional, No obstante, han fallado determinados detalles que se refieren a su inclusión en las clasificaciones científicas, y que han dejado en el olvido al Campo de la investigación en Comunicación, cuya denominación común en el Espacio Europeo de Educación Superior se sitúa en torno a las especialidades de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP. Es una cuestión importante cara a la visibilidad, teniendo en cuenta que la Clasificación UNESCO es la mayor nomenclatura de referencia internacional que existe actualmente. Alberich-Pascual y Martínez- García (2017: 143-144) consideran que esas especialidades

*aparecen desgajadas y desenfocadas, cuando no directamente desatendidas en diversas y significativas categorizaciones de la ciencia y la tecnología, como es el caso de la Clasificación de Unesco [...] lo que dificulta enormemente la visibilización adecuada de la producción científica nacional en Comunicación [...] Las Ciencias de la Comunicación no figuran entre las grandes áreas de dos dígitos [...] ni siquiera entre las de cuatro dígitos. [...] Las únicas apariciones del término ‘Comunicación’ en la Clasificación Unesco, se dan como subcampos de la Sociología (Comunicaciones Sociales), de la Psicología (Psicología Social de la Comunicación Simbólica) y de la Ciencia Política (Opinión Pública: Medios de Comunicación de Masas). [...] Otra muestra es la inexistencia del término ‘Publicidad’.*

## **2.1. El papel de las Asociaciones**

Este objeto de estudio, ha llevado al desarrollo y la consolidación de organizaciones y asociaciones internacionales y nacionales que presentan temáticas y líneas de estudios a través de sus propios Grupos de Trabajo y equipos de investigación, y reflejan las tendencias existentes en el ámbito de la Comunicación. Algunas de las principales, se exponen a continuación.

### **2.1.1. Las Asociaciones internacionales**

**IAMCR.** - International Association for Media and Communication Research / AIECS.- Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social / AIERI.- Association Internationale des Études et Recherches sur l'Information et la Communication

Fundada en 1957, es una asociación profesional global de investigadores de medios y comunicación, que tiene como objetivo general *apoyar y desarrollar la investigación en medios y comunicación en todo el mundo abordando los procesos sociopolíticos, tecnológicos, políticos y culturales* [1] Sus miembros incluyen personas e instituciones de más de 100 países del mundo. Asociada oficialmente con las Naciones Unidas como una Organización No Gubernamental, en la actualidad, cuenta con 15 Secciones Temáticas y 17 Grupos de Trabajo, responsables estos últimos de la mayoría del contenido de las conferencias de la IAMCR, así como de la publicación de libros o revistas. Para Hamelink y Nordenstreng (2016, 63-64), la IMCR/AIECS/AIERI ha jugado un papel decisivo en movilizar la dimensión internacional del campo, especialmente en las décadas iniciales: *Parece improbable que cualquier otro organismo pudiese haber promovido de forma más efectiva los contactos internacionales en un campo tan profundamente enraizado en las condiciones nacionales de la política, la economía y la cultura.*

Para Nordenstreng (2008, p.225, 229), las instituciones internacionales no han intervenido en la conformación de la investigación de la Comunicación hasta la constitución de la AIERI/IAMCR/AIECS, promovida por la UNESCO con miras transnacionales desde su inicio:

*IAMCR tuvo una base amplia, incluso global, afiliando instituciones e individuos de todos los continentes. No hay duda de que la iniciativa de crear IAMCR estuvo dominada por europeos, pero también intervinieron colegas de países como Brasil, Perú, Uruguay, Egipto, Israel, India, Indonesia, Japón, Australia, Estados Unidos y Canadá. La nueva Europa oriental, detrás de la llamada Cortina de Hierro, estuvo representada por líderes académicos provenientes de Polonia, Checoslovaquia y la Unión Soviética [...] cruzando tanto la brecha Este-Oeste como la brecha Norte-Sur*

**ICA.** - International Communication Association /Asociación Internacional de Comunicación.

Fundada en 1950 en Estados Unidos como National Society for the Study of Communication, comenzó como una organización de investigadores de EE. UU y ahora tiene miembros en más de 85 países. Desde 2003, ICA se ha asociado oficialmente con las Naciones Unidas como una Organización No Gubernamental. Cuenta con 9 Grupos de Trabajo que desarrollan 22 divisiones temáticas, así como con diversos Comités de organización de actividades. En su página web [2] especifican que es *una asociación académica para académicos interesados en el estudio, la enseñanza y la aplicación de todos los aspectos de la comunicación humana y mediada.* Su objetivo general es avanzar en el estudio académico de la Comunicación.

**ALAIC.** - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación

Fundada en 1978, [3] surgió para aglutinar a los investigadores latinoamericanos, intentando incluir a América Latina en la comunidad mundial de investigadores de las ciencias de la comunicación (Krohling, 2004). Su principal objetivo es impulsar el desarrollo de la investigación en Comunicación en América Latina unido a la consolidación de una comunidad académica.

Fuentes-Navarro (2016) considera a la ALAIC la más importante de las asociaciones académicas de la Comunicación en América Latina en cuanto a las funciones que ha cumplido, e incluye un resumen

de su historia en palabras de José Marqués de Melo (1991: 100), su presidente entre 1989 y 1992: *La principal conquista de ALAIC fue la legitimación de la nueva área del conocimiento dentro de la Unesco y las agencias internacionales de fomento científico. Hasta entonces, las investigaciones de la Comunicación se confundían con los estudios realizados bajo los cánones de las ciencias sociales, principalmente la Sociología.*

En 1988 se inició un proceso de reconstitución de la Asociación, del que salió fortalecida. En palabras de Fuentes-Navarro (2016):

*La ALAIC reconstituida, ha realizado funciones más comúnmente reconocidas como propias de una organización académica internacional [...] como la ampliación de proyectos conjuntos con otras asociaciones del campo (IAMCR, ICA, ECREA y otras), la organización bienal de congresos y seminarios internacionales, y el sostenimiento de dos revistas científicas, Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, en portugués y español desde 2004 y Journal of Latin American Communication Research, en inglés, desde 2011.*

La Asociación cuenta con 19 Grupos Temáticos para el trabajo académico de sus miembros en torno a sub-campos de conocimiento de la especialidad.

**FELAFACS.** - Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.

*Fue creada en 1981 con el propósito de contribuir al desarrollo de la enseñanza y práctica profesional de la Comunicación en sus diversas áreas. [...] La formación, la investigación, la cooperación internacional, la información [...] son las líneas estratégicas de trabajo de nuestra Federación, así como todas aquellas iniciativas que contribuyan a mejorar la Comunicación misma en una perspectiva de desarrollo integral en América Latina [4].*

Se describe como un organismo internacional de carácter no gubernamental que agrupa a más de 258 facultades y Escuelas de Comunicación de 23 países de América Latina y otras regiones y reconocida por la Unesco desde 1987.

**CONFIBERCOM.** - Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Académicas de Comunicación.

Fundada en 2009, su primer objetivo es fortalecer la Comunicación como campo de saber. En su página web [5] expresa que su misión se centra en *fomentar y debatir la producción científica iberoamericana en el ámbito de Ciencias de la Comunicación, a nivel nacional e internacional, teniendo en cuenta la importancia de las lenguas y culturas de los países.*

Están integrados en esta Confederación las siguientes Asociaciones nacionales y Federaciones de investigadores de la Comunicación:

ABOIC (boliviana), ACICOM (colombiana), AE-IC (española), ALAIC (Latinoamericana), AMIC (mexicana), INCOM (chilena), ASIBERCOM (Iberoamericana), FADECCOS (Argentina), FELAFACS (Latinoamericana), INVECOM (venezolana), LUSOCOM (Lusófona), SEICOM (ecuatoriana), SOCICOM (Brasileira), SOPCOM (portuguesa), ULEPICC (Latina).

**ECREA.** - European Communication Research and Education Association / Asociación Europea de Investigación y Educación en Comunicación.

Se fundó en 2005. Es una sociedad académica dedicada al desarrollo de la investigación en Comunicación y la educación superior en Europa [6]. Entre sus objetivos, destacamos el de construir una comunidad de académicos de la Comunicación proporcionando espacios para el intercambio de ideas y metodologías de investigación, y el de apoyar el desarrollo de la investigación en Comunicación o Educación. Cuenta actualmente con 21 Secciones temáticas permanentes, cada una de las cuáles desarrolla un campo distintivo de estudios de comunicación, y 3 Redes permanentes que representan categorías sociodemográficas específicas de académicos. Tiene 9 Grupos Temporales de Trabajo que se centran en campos emergentes o áreas insuficientemente representadas. Las Redes agrupan categorías sociodemográficas específicas de académicos

### 2.1.2. Las Asociaciones nacionales

**SEP.**- Sociedad Española de Periodística. Fundada en 1989, es una asociación de profesionales de la enseñanza superior y la investigación científica del Periodismo, que ofrece las siguientes consideraciones [7]:

*La SEP se ha consolidado como una institución siempre atenta a los asuntos nucleares del Periodismo, sus prácticas, sus estándares profesionales, sus transformaciones, la diversidad de lenguajes en los que se expresa, el perfil de los que lo ejercen, los medios y modos en los que se desarrolla. [...] Todos los profesores universitarios de Periodismo interpelados por esas cuestiones encontrarán abiertas las puertas de la SEP, una asociación de académicos, integradora y plural.*

Desde su fundación, ha celebrado un total de 24 congresos internacionales en otras tantas facultades de Comunicación. Entre otras actividades concede, con carácter bienal, los Premios Tesis Doctoral Lorenzo Gomis y publica la revista científica *Textual & Visual Media* desde 2008. Desde 2018 es miembro vinculado de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España.

**AE-IC.** - Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Fundada en 2006, en su página web [8] establece como principales objetivos el potenciar la investigación de la comunicación en el conjunto de la política científica, facilitar la cooperación y crear redes de intercambio de información entre investigadores/as, establecer una política de cooperación con asociaciones internacionales de investigación, especialmente con las especializadas en comunicación de ámbito europeo o latinoamericano y colaborar con las distintas organizaciones y entidades tanto públicas como privadas que compartan los principios y objetivos de la promoción general del conocimiento científico y la democracia en materia de comunicación. Desarrolla 7 Secciones temáticas en torno a la comunicación estratégica y organizacional, comunicación y cultura digital, estructura y políticas de la comunicación, estudios de audiencia, estudios sobre el discurso, producción y circulación de contenidos y teorías y métodos de investigación en Comunicación. Cuenta con 5 Grupos de Trabajo adscritos a las Secciones.

En 2011, esta Asociación solicitó a su Comisión de Política Científica el abordar la elaboración de un mapa sobre el estado de las prácticas sociales de Comunicación con la finalidad de preparar un Libro Blanco de la Comunicación. Entre 2013 y 2017 se llevó a cabo el proyecto de investigación MapCom *El sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de Comunicación: mapa de proyectos, grupos, líneas, objetos de estudio y métodos*. En la presentación del proyecto [9] se pone de relieve el antecedente de la aplicación de dos encuestas electrónicas internacionales realizadas por el Grupo MDCS y promovidas por la AE-IC, por FELAFACS y por ECREA, que se aplicaron en países europeos y latinoamericanos. Los resultados (Piñuel-Raigada, 2011) ofrecieron un panorama en el que el objeto

de estudio se abordó con una alta interdisciplinariedad científica. Los resultados del proyecto finalizado en 2017, serán un referente para aplicar a las convocatorias de proyectos, así como para incentivar redes de investigación.

### **3. Proceso metodológico**

El método de este análisis se ha desarrollado desde la aplicación de una metodología cuantitativa mediante cuestionario online realizado a investigadores de las Universidades españolas y de las sociedades científicas que operan en el campo de los estudios de comunicación, entre ellos están los/as IP, los/as directores/as de tesis doctorales, investigadores e investigadoras en Comunicación y doctorandos/as con tesis doctorales en desarrollo.

Para la cumplimentación de dicho cuestionario, se ha invitado a la participación a un total de 2.418 investigadores e investigadoras en Comunicación de todo el país, a los que se les envió por correo electrónico el acceso al cuestionario mediante un link. Del total, 1.254 investigadores llegaron hasta la encuesta, siendo 838 los que respondieron a las preguntas (34,66%) del censo. El universo de investigación fue dividido en tres grupos bien diferenciados: en el primer grupo se tuvieron en cuenta a todos los investigadores censados en las facultades de comunicación en España; el total de los doctores con nómina en cada universidad. En el segundo grupo, aquellos investigadores miembros de Sociedades científicas que siendo doctores no imparten docencia universitaria, que perteneciendo a estas sociedades no figuran en nómina de ninguna Universidad. El tercer grupo se compone de investigadores en formación en programas de doctorado. El acceso a estos investigadores se ha realizado mediante la solicitud a los coordinadores de programas de doctorado del censo de los mismos.

El formulario fue lanzado el día 1 de mayo y cerrado el 31 de agosto de 2017. El proceso de encuestación se realizó a partir del diseño de un cuestionario de tipo mixto con preguntas fundamentales para la investigación como son: perfil como investigador, la adscripción profesional como investigador, experiencia investigadora, debilidades y fortalezas observadas en la investigación en comunicación, inserción en los perfiles sociodemográficos del censo de investigadores en comunicación. Se trataron preguntas relacionadas con la identidad profesional y académica, a los méritos o reconocimientos adquiridos, la pertenencia a grupos de investigación consolidados, proyectos, sociedades científicas, sexenios (tramos de investigación), la apreciación que tienen sobre la propia carrera investigadora. Además, el cuestionario atiende a otras cuestiones como son la pertenencia a centros de investigación o sociedades científicas, ya sea nacionales o internacionales; la participación en proyectos de I+D nacionales o internacionales; las líneas de investigación, los objetos y técnicas utilizadas, la influencia de la financiación, la elección de las temáticas, los rendimientos de la investigación, etc.

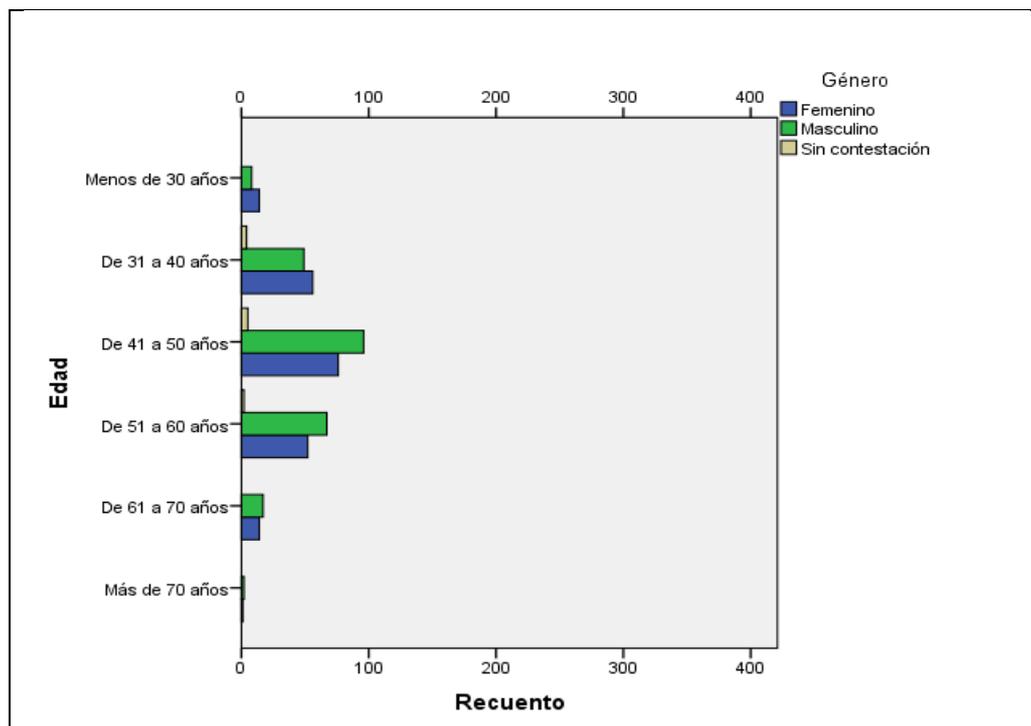
Se trata de una encuesta de amplio contenido que ha ofrecido resultados importantes relacionados con los estudios de Comunicación, con los colectivos que trabajan en ellos, su situación laboral y académica, la percepción que estos tienen sobre las fortalezas y las debilidades. Finalmente, se ha elaborado un mapa de investigación en España que indica el desarrollo de la investigación en Comunicación y que sirve como espejo a otros países.

### **4. Análisis y Resultados**

#### **4.1. Perfiles sociodemográficos de las personas encuestadas**

Los perfiles sociodemográficos del censo de investigadores en comunicación responden a intervalos de edad y género, que como se puede observar en el Gráfico 1, reúnen a más del 50% de investigadores mayores de 41 años y menores de 60. Una cuarta parte son menores de 40 años y entre los seniors, o mayores de 61, apenas uno de cada 10. Por lo que respecta a género, a medida que aumenta el rango de la edad disminuye la proporción de mujeres, y cuanto menor es la edad, mayor es el número de éstas. Hay un techo de cristal a partir de los 40 años. Como se puede comprobar si sobre la base de datos se cruzan estas variables por comunidades autónomas, se encuentran relevantes diferencias, entre las que sobresalen la comunidad del País Vasco, cuya proporción de mujeres es siempre superior a la de hombres, para todos los intervalos de edad.

**Gráfico 1.** Perfiles sociodemográficos de edad y género



Fuente: MapCom 2017

La valoración de la formación previa toma como referencia los siguientes campos: Ciencias Sociales, Humanidades, Ciencias de la Naturaleza y Matemáticas y Tecnología. Las Ciencias Sociales y las Humanidades son las mejor valoradas en la formación de grado y postgrado.

En relación a los resultados sobre los ingresos para el conjunto de los investigadores revelan que casi el 25% ganan entre 2.000 y 4.000 euros, con el mayor porcentaje, un 18%, para los que ganan entre 2.000 y 3.000 euros. El 8,1% de los investigadores ingresan menos de 1.000 euros, y entre 1.000 y 2.000 euros el 16%. Estos datos indican que casi la mitad de los investigadores ganan por debajo de los 3.000 euros, una cantidad que no estaría en relación con la carga de trabajo que se ha añadido progresivamente a los profesores como consecuencia de la reforma derivada del Plan Bolonia y los recortes causados por la crisis económica.

Para reflejar el perfil investigador de los participantes se ha recabado información sobre cuatro aspectos: a) el acceso al Doctorado o antigüedad como Doctores/as b) la experiencia investigadora cifrada en número de veces que han participado en proyectos I+D internacionales, estatales,

autonómicos, en grupos de investigación consolidados c) la dirección de TFM, TFG, etc. y d) los sexenios concedidos, entre otros detalles.

De los 838 encuestados a nivel estatal, un 14% no son todavía doctores y son investigadores en formación, un 40% tiene una antigüedad de 10 a 30 años como doctores y sólo un 3% tiene antigüedad de más de 30 años.

Sobre los tramos de investigación (sexenios) que reconocen la investigación de calidad ligada a las publicaciones de alto impacto, los porcentajes apuntan a una debilidad investigadora en el profesorado universitario. Se observa que un 51% carecen de sexenios; el 15,5% tienen uno; 11,3% sólo tiene dos y con tres sexenios o más sólo un 6%. Del rango de 31 a 40 años, el 79% carece de sexenios. Se puede apuntar a la limitada oferta de revistas en español indexadas en los catálogos de referencia (JCR y Scopus) como una de las causas principales de los bajos porcentajes de sexenios. La necesidad de publicar en este tipo de medios para obtener sexenios provoca un volumen de trabajos de difícil asunción por parte de las revistas.

#### **4.2. Experiencia como investigadores principales de proyectos I+D**

A la pregunta sobre el número de veces que los encuestados han tenido experiencias como investigadores principales de proyectos I+D (internacionales, estatales, autonómicos, etc.), en el universo de investigadores españoles un 44,4 nunca ha sido IP, un 14,3% al menos una vez, y un 12,5% de 2 a 5 veces. Haber participado como miembro en equipos de investigación es algo más frecuente, si bien todavía un 16,9% deja esta pregunta sin responder y un 8,1% contesta que nunca. Más de la mitad, un 56,3% ha participado de esta experiencia al menos una vez (18%) y de 2 a 5 veces un 38,3%. Con estos datos se ratifican los problemas en la vertiente investigadora del profesorado universitario español, aunque cabe valorar el brusco frenazo en las convocatorias de proyectos competitivos por parte de las administraciones públicas.

Por otro lado, los resultados indican que un 33,9% nunca ha dirigido una tesis doctoral y un 14,6% nunca ha dirigido un TFM o un TFG; los que han dirigido por encima de 10 trabajos de este tipo son casi el 50% de los encuestados.

Los investigadores e investigadoras del conjunto de España destacan en todos los casos el “uso” que hacen de las Bases y Redes colaborativas (más del 60% de los encuestados), sobre el “no uso” (menos del 20%) de registros internacionales y nacionales de investigación, aunque la frecuencia más repetida de consulta es la de “alguna vez” (en torno a un 30% de los encuestados). Por lo que respecta a la participación en Sociedades Científicas, tanto nacionales como internacionales, cinco de cada 10 encuestados deja sin contestar la pregunta y manifiestan no usarlas casi el 30%, sobre todo si se trata de sociedades internacionales.

A la pregunta sobre cuál es la adscripción en función de la cual el encuestado se reconoce integrado en el censo de investigadores, 4 de cada 10 encuestados manifiestan vinculación contractual ya sea indefinida (20,8%) o sea temporal (21,2%), mientras que los titulares y catedráticos, sean internos o de plantilla, suman otros cuatro de cada diez, si bien los catedráticos apenas llegan al 6,3%.

#### **4.3. Experiencia personal en la actividad Investigadora**

La encuesta ha recogido igualmente las líneas de investigación, primero, y después en torno a objetivos de la experiencia investigadora y objetos de estudio por campos temáticos.

En relación a las líneas de investigación hay que destacar que 479 de los 838 encuestados brindaron palabras clave para describir líneas de investigación. Como se trataba de una pregunta con respuestas abiertas, la columna cuyos datos recogían las palabras clave de las líneas de investigación hubo de ser recodificada. Las siguientes 26 categorías que figuran en la Tabla 2 sirvieron para esta recodificación. Los tipos en color en las casillas de la tabla expresan el cruce de las referencias de fila y columna siguiendo el orden con que se sucedían las palabras clave de las líneas de investigación por campos.

**TABLA 1:** Referencias de fila y columna según el orden de las palabras clave de las líneas de investigación por Campos de estudio

CAMPOS DE ESTUDIO	Comunicación Mediática	Comunicación Organizacional	Comunicación de Grupos	Comunicación interpersonal	Teoría y Epistemología	Métodos y técnicas
Comunicación Mediática	Com. Mediática general	Com. Mediática organización	Com. Mediática de Grupos	Com. Mediática Interpersonal	Com. Mediática de Teorías	Com. Mediática de Métodos
Comunicación Organizacional	Com. Organizacional Mediática	Com. Organizacional general	Com. Organizacional de Grupos	Com. Organizacional Interpersonal	Com. Organizacional de Teorías	Com. Organizacional de Métodos
Comunicación de Grupos	Com. Grupal Mediática	Com. Grupal organización	Com. Grupal general	Com. Grupal interpersonal	Com. Grupal de Teorías	Com. Grupal de Métodos
Comunicación Interpersonal	Com. Interpersonal Mediática	Com. Interpersonal organizaciones	Com. Interpersonal de Grupos	Com. Interpersonal general	Com. Interpersonal de Teorías	Com. Interpersonal de Métodos
Teoría y Epistemología	Teorías Com. Mediáticas	Teorías Com. organizacional	Teorías Com. Grupal	Teorías Com. interpersonal	Teorías Com. general	Teoría de Métodos
Métodos y Técnicas	Metodología Com. mediática	Metodología Com. organizacional	Metodología Com. Grupal	Metodología de Com. interpersonal	Metodología de las Teorías	Metodología general

Nota: las categorías en rojo son aquellas con al menos un caso, y las categorías en morado las que carecen de casos

Fuente: MapCom 2017

#### 4.4. Participación de los investigadores en diferentes categorías de proyectos: internacionales, estatales, autonómicas y competitivos de universidad

La participación en las diferentes categorías de Proyectos y en contratos regulados por el artículo 83 ofrece unos resultados en los que destacan los altos porcentajes de investigadores que no contestan. El artículo 83 de la Ley Orgánica de Universidades establece que los grupos de investigación y los profesores podrán celebrar contratos con personas, Universidades o entidades públicas y privadas para la realización de trabajos de carácter científico, técnico o artístico.

También es significativa la débil presencia de investigadores en proyectos internacionales y la baja participación en contratos mediante artículo 83, instrumento típico de transferencia y colaboración con el sector privado.

– Si se trata de proyectos internacionales, 46,5% no contestan la pregunta y 33,3% dicen que ninguno. Y con alguna experiencia en ellos, un 12,1% declaran uno solo, de modo que con más de uno apenas se llega al 8% de los encuestados.

– En cuanto a los proyectos nacionales de convocatorias estatales, el 41,4% no contestan la pregunta, y el 16,3% no han participado en ninguno. Con alguna experiencia hay un 42,3% en total.

– En los proyectos autonómicos, un 43,4% no contestan y un 22,7% dice que no ha participado en ninguno. Con alguna experiencia, en un rango desde uno a más de seis, hay un total de 33,9%.

– Un 45% no contestan la pregunta sobre la participación en proyectos de universidad; un 21,8% dice carecer de ellos 21,8%. Con alguna experiencia desde uno a más de seis, se registra un total de 33,3%, similar al del apartado anterior.

– Si se trata de proyectos por contratación mediante artículo 83, no contestan la pregunta un 47,7% y carecen de ellos 31,0%. Con alguna experiencia desde uno a más de seis, hay un 21,2%.

#### 4.5. Objetivos de investigación, campos de estudio y técnicas empleadas para elaborar e interpretar datos

Los objetos de estudio se ciñen preferentemente al campo de la ‘Comunicación mediática’. Dentro de ese campo, todos los objetivos tienen una importante consideración, de entre los que destaca ‘Describir’ (clasificar) y el menos habitual es ‘Intervenir’. A bastante distancia le sigue el campo de ‘Comunicación organizacional’, cuyos principales objetivos son ‘Intervenir’ y ‘Describir’. En este mismo campo también es significativo ‘Evaluar’. Contrastar/validar modelos implica un dominio más amplio por parte del investigador. El resto de los objetivos en los sucesivos campos resulta testimonial, excepto para el campo libre, en el que ascienden un poco los porcentajes. En la Tabla 3 se aprecian claramente los objetivos de investigación por campos.

**TABLA 2.** Objetivos de Investigación por campos en España

OBJETIVOS	Comunicación Mediática	Comunicación Organizacional	Com. grupal	Comunicación interpersonal	Otro campo
DESCRIBIR: registrar, clasificar, catalogar, presentar y/o definir prácticas de comunicación.	65.84%	15.96%	4.99%	4.94%	8.98%
EXPLICAR: establecer relaciones entre características del objeto de estudio proponiendo causas, efectos, correlaciones y/o evolución del objeto de estudio.	65.10%	16.90%	5.00%	5.24%	9.76%
EVALUAR o valorar: poner a prueba, contrastar o validar modelos.	63.85%	14.87%	7.58%	4.96%	8.75%

INTERVENIR: utilizar modelos conocidos para cambiar conductas o procesos sociales la creatividad.	52.20%	20.13%	11.64%	6.29%	9.75%
---	--------	--------	--------	-------	-------

Fuente: MapCom 2017

Sobre la cuestión “Técnicas y campos de estudio en tu experiencia investigadora” se repite el principal objeto de estudio, que pertenece al campo de la Comunicación mediática.

En cuanto a la aplicación de las técnicas contempladas en el resto de los campos, el más utilizado es el de Comunicación organizacional con técnicas experimentales. Los porcentajes otorgados al resto de campos en cada una de las técnicas, son claramente inferiores.

**TABLA 3.** Técnicas en relación a los objetos de estudio por campos en España

TÉCNICAS	Comunicación Mediática	Comunicación Organizacional	Comunicación grupal	Comunicación interpersonal	Otro campo, a especificar
<b>CONVERSACIONALES:</b> Entrevistas. Discusión de grupo. Grupo de discusión Dinámica grupal de intervención. Phillips 66. Delphi. Varias.	56.39%	17.78%	13.61%	8.06%	4.17%
<b>DOCUMENTALES:</b> Análisis de contenido. Análisis del discurso. Análisis de documentación. Varias.	73.57%	11.90%	5.95%	2.62%	5.95%
<b>DE ENCUESTA:</b> Encuesta de opinión. Encuesta de actitudes. Varias	55.40%	16.6 0%	13.90%	8.79%	5.15%
<b>EXPERIMENTALES:</b> Experimentos de sujeto, de grupo, de campo. Varias	51.01%	18.63%	13.69%	9.51%	6.46%
<b>OBSERVACIONALES:</b> Autoobservación. Observación sistemática. Observación participante. Varias.	49.01%	18.21%	11.59%	14.57%	6.62%

Fuente: MapCom 2017

#### 4.6. Experiencia investigadora y beneficio obtenido como retorno

Los datos de la encuesta indican que las revistas indexadas tienen especial importancia a la hora de seleccionar dónde se publicarán los resultados de las investigaciones. Dentro de la consideración principal destaca el ‘Marco Financiero’.

**TABLA 4.** Valoración sobre cuánto influyen en la investigación los criterios de publicación en las revistas indexadas en CC Sociales en España (JCR, Scopus, Scholar Metrics...)

	Demasiado	Bastante	Poco	Nada
Marco financiero que sustenta las investigaciones	41.03%	36.67%	15.90%	6.41%
Elección de Objetos y Campos de estudio	34.26%	54.41%	8.56%	2.77%
Contextualización teórica	24.48%	56.96%	15.21%	3.35%
Elección de métodos y técnicas empíricos	41.13%	43.70%	10.80%	4.37%
Valoración de resultados y aplicaciones	32.39%	56.30%	6.94%	4.37%

Fuente: MapCom 2017

También hay que destacar la ‘Valoración de resultados y aplicaciones’ que es el porcentaje más alto en el nicho de ‘bastante’ y, a su vez, consigue la menor puntuación de todas las opciones para la valoración más baja. Unidas las dos principales valoraciones, esta opción alcanza una puntuación muy cercana a ‘Elección de objetos y campos de estudios’.

En las revistas no indexadas sus puntuaciones son muy bajas. No obstante, eso cambia en el criterio ‘bastante’, en el que destacan ‘Elección de objetos y campos de estudios’ y ‘Valoración de resultados y aplicaciones’. En este contexto de revistas no indexadas, el ‘Marco financiero que sustenta las investigaciones’ pasa a ser valorado como ‘poco’.

Los libros y monografías reciben poca valoración por lo que se refiere al ‘Marco financiero que sustenta las investigaciones’. Las mejores valoraciones en este contexto son para los criterios ‘Elección de objetos y campos de estudio’ y ‘Contextualización teórica’, en la opción ‘bastante’.

Por último, las Actas de Congresos tienen escasa consideración entre los investigadores. No obstante, los resultados generales le otorgan porcentajes no desdeñables en ‘bastante’, especialmente en ‘Elección de objetos y campos de estudio’ y ‘Valoración de resultados y aplicaciones’.

La segunda cuestión es el beneficio obtenido como retorno de la producción y actividad investigadora. Los resultados tienen altos porcentajes referidos al mismo tipo de retorno y a los mismos objetivos. También tiene un alto porcentaje ‘Presentación / Congresos’ por lo que respecta al objetivo de ‘Describir’. Con menor porcentaje, pero sin duda también alto, figura este retorno y este objetivo en

los resultados generales. El retorno por ‘Divulgación/Formación’ tan solo tiene algo de presencia referido al objetivo de ‘Intervenir’.

**TABLA 5.** Valoración sobre cuánto influyen en la investigación los criterios de publicación en libros y monografías en España

	Demasiado	Bastante	Poco	Nada
Marco financiero que sustenta las investigaciones	12.60%	31.76%	39.63%	16.01%
Elección de Objetos y Campos de estudio	8.90%	50.26%	31.68%	9.16%
Contextualización teórica	5.90%	49.60%	35.66%	8.85%
Elección de métodos y técnicas empíricos	3.22%	38.34%	45.04%	13.40%
Valoración de resultados y aplicaciones	5.32%	40.16%	43.62%	10.90%

Fuente: MapCom 2017

Una tercera cuestión es el valor de lo que se publica y se investiga con respecto a la actividad profesional. No se valoran los contratos con empresas e instituciones fuera de la universidad. Entre las opciones planteadas (‘nada importante’, ‘poco importante’, ‘bastante importante’ y ‘muy importante’) los mayores porcentajes se los adjudican a los dos primeros, siendo el de ‘nada importante’ el que se sitúa en primer lugar. Entre ‘nada’ y ‘poco’, hacen un total del 68%, quedando en un 32% quienes consideran ‘bastante y muy importante’ ese tipo de contratos como retorno del valor de la investigación.

No hay demasiada valoración en ‘Evaluaciones académicas: sexenios’. En la encuesta los investigadores puntúan ‘nada’ con casi un 36% que, unido a ‘poco’ nos ofrecen un porcentaje del 47.61% de baja opinión. En este caso, el mejor valorado (28.57%) es ‘muy importante’ que, unido a ‘bastante’ dan una opinión favorable del 52.38%.

#### 4.7. Valoración de las debilidades y fortalezas de la investigación en Comunicación

El último punto plantea tres cuestiones: las condiciones materiales, las condiciones organizacionales y las condiciones institucionales a que la actividad investigadora ha estado sometida en España. Para ello se establece una escala de Likert, donde -3 es una valoración extremadamente negativa +3 extremadamente positiva.

Desde la perspectiva de las ‘Condiciones materiales’ se aprecia que casi la mitad de los investigadores ofrecen calificaciones situadas en la parte negativa de la escala (entre -3 y -1) salvo en lo referido a instalaciones y laboratorios, coincidiendo con las valoraciones de la encuesta general.

Por lo que respecta a la segunda cuestión, las Condiciones organizacionales a que la actividad investigadora ha estado sometida en España, hay una valoración mayoritariamente negativa de los requisitos de las convocatorias (más del 75%). También se constata una valoración tendencialmente negativa de los programas de formación metodológica (78.61%). En el informe general de España, la tendencia a la valoración negativa no es la dominante en lo que respecta a condiciones organizacionales de los procesos de investigación. Las valoraciones positivas aparecen menos al juzgar los Requisitos exigidos en convocatorias públicas y los Programas de Formación metodológica; las valoraciones positivas aparecen en mayor medida cuando se aprecian las Redes de cooperación y conocimiento, y los Recursos humanos en los equipos.

La tercera y última cuestión, las condiciones institucionales a que la actividad investigadora ha estado sometida en España, destaca una evaluación de la compatibilidad entre docencia e investigación, donde un 76% de los investigadores ofrecen valoraciones negativas, así como de la actividad de las agencias de evaluación, con un porcentaje de respuestas en la parte negativa de la escala en torno al 76%.

Hay un equilibrio en el análisis de las relaciones con las empresas con tendencia a una evaluación menos negativa (21.4%). Se considera adecuada la actividad relacionada con los congresos muy similar a la valoración general, y la difusión a través de las revistas científicas indexadas como parámetros de calidad de la producción investigadora (ronda el 50%).

## 5. Discusión y Conclusiones

Las conclusiones a las que conducen los datos de este trabajo muestran entre otras muchas cosas, por un lado, el estado de la Comunicación en lo que tiene que ver con el tipo de investigación que se desarrolla a su vera y, por otro, la percepción y valoración que hacen los investigadores españoles hacia su disciplina. De acuerdo con el profesor Díaz-Nosty (2017: 108) los resultados del proyecto MapCom invitan a un análisis de las causas que han provocado un escenario de carencias en el campo de los estudios de Comunicación en España. En este sentido, es necesario establecer la relación que pudiera existir entre esas carencias y la situación de la investigación en Comunicación en España.

Las cifras expuestas en este trabajo hablan de una disciplina, la de los estudios de Comunicación, todavía joven y poco desarrollada en nuestro país. En efecto, el 79% de los investigadores e investigadoras españoles en comunicación se encuentra en la franja de edad que va desde los 31 a los 40 años; un 40% tiene entre 10 y 30 años de antigüedad como doctores y solo un 3% supera los treinta años de antigüedad; un 44% de los investigadores no han sido nunca Investigadores Principales y la gran mayoría no cuenta con sexenios en su historial académico. Claramente se observa que la comunidad científica de investigadores e investigadoras en comunicación está aún despegando y esto tendrá consecuencias en otros aspectos de la actividad, concretamente los metodológicos.

Así, una de las cuestiones que la investigación pone encima de la mesa es la proliferación de estudios de características muy similares en cuanto al diseño metodológico. El objetivo más habitual que se ha encontrado en la revisión de Proyectos de Investigación I+D y de Tesis Doctorales es el de la descripción, siendo el de la actuación el menos frecuente. Los campos más tratados en estos Proyectos y Tesis han sido el de la Comunicación Mediática y el de la Comunicación Organizacional.

Son de vital importancia estas dos últimas cuestiones, pues hablan de estudios de investigación en comunicación que encuentran un claro encaje dentro del sector empresarial, ya sea en lo referente a las empresas mediáticas, ya en lo referente a aquellas áreas de la comunicación que ayudan al desarrollo de la gestión de la empresa, como es el caso de las investigaciones de Comunicación

Organizacional. Sin embargo, la relación entre los proyectos de investigación y los contratos con las empresas no reflejan esta circunstancia. No en vano el 68% de las personas entrevistadas declaran que la realización de contratos con las empresas apenas ha tenido lugar en sus investigaciones y otorgan poca importancia a su existencia; el 68% considera que los contratos con empresas son Nada o Poco importantes en su actividad. Debe tratarse, por tanto, de investigaciones teóricas sin aplicabilidad.

Surge aquí una carencia importante en relación con lo explicado en el desarrollo de este trabajo. La investigación en comunicación necesita una aplicación, una justificación social que defienda su financiación por parte de la Administración del Estado. En este sentido, es necesaria la realización de investigaciones que aporten, tanto al tejido social como al tejido empresarial. Sin embargo, además de los resultados sobre la importancia que los investigadores y las investigadoras conceden a los contratos con empresas, encontramos la poca presencia que tiene la investigación para la acción. Como decíamos anteriormente, mientras la investigación para describir es la más popular entre los proyectos y tesis analizados, la investigación para actuar es la menos común en los mismos. La Universidad no debe cerrarse en ella misma, sino abrir su conocimiento al exterior ayudando, a partir de éste, al desarrollo social y económico. De hecho, volvemos a hacer aquí mención a que los resultados obtenidos de la investigación en Comunicación deben hacer una aportación a la sociedad, y quizás sea desde estas alianzas desde donde mejor se pueda lograr ese objetivo.

Los resultados obtenidos descubren también una denuncia de los investigadores sobre el escaso reconocimiento que recibe la práctica de la investigación frente a la práctica docente. Curiosamente, es la actividad investigadora y los resultados de la misma la que genera las evaluaciones de la carrera investigadora y la calidad de las titulaciones impartidas. Como se ha comentado en párrafos anteriores, subyace la evidencia de que los estudios de Comunicación financiados tienen la necesidad de aportar algo a la sociedad, de tal forma que se entienda la oportunidad de su financiación. Así, es importante evaluar la contribución que estos estudios hacen a las demandas de innovación social y su alcance a nivel público. Unidas a estas apreciaciones, conviene indicar que el estudio muestra un cierto desfase entre lo que son las políticas institucionales académicas y la percepción que tienen los investigadores sobre ellas.

Añadido a los problemas mencionados, está el tema de la percepción que el personal investigador tiene de la gestión que hace la Administración para el desarrollo de la disciplina. La investigación en comunicación no encuentra en España el apoyo debido. Esto es algo que generalmente sucede con la Ciencia social, que tiene menos protagonismo que las Ciencias puras y que, por tanto, está menos financiada, subvencionada y ayudada. A esto hay que añadirle algunas cuestiones relacionadas como son la escasez de proyectos de gran envergadura, o el perfil de las revistas científicas que se editan en España, de las cuales pocas se encuentran en categorías de indexación importantes, lo que hace que los estudios deban ser traducidos al inglés para poder ser publicados en revistas con esas características, que generalmente pertenecen a universidades y sociedades científicas extranjeras. Quizás este dato parezca de menor importancia en tanto en cuanto el inglés es el idioma de la investigación, pero el concurso a revistas extranjeras como única alternativa, encarece el esfuerzo por cuanto lo hace con la competitividad. En lo referente a los sueldos, la percepción tampoco es positiva.

En conclusión, la investigación en Comunicación en España está todavía en edad de crecimiento, lo que genera el efecto de la pescadilla que se muerde la cola: no existen infraestructuras importantes para su desarrollo, lo que contribuye a no ofrecer excesivas oportunidades al personal investigador, lo que a su vez genera que no se creen infraestructuras importantes. Curiosamente, el currículum en investigación del Personal Docente Investigador se muestra incompleto a pesar de la funcionarización y burocratización del colectivo, cuestiones muy criticadas y que deberían contribuir, cuando menos,

al aumento de la productividad del mismo. Sin embargo, son muchas las áreas de actuación que muestran importantes carencias, como el hecho de que la mayoría no tenga sexenios, o no haya sido nunca IP en una investigación.

\* Este análisis es fruto del proyecto de investigación CSO2013-47933, “El sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de Comunicación. Mapa de Proyectos, Grupos, Líneas, Objetos de estudio y Métodos (MapCom)”, financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (2013-2017) dentro del Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento, en la categoría de Proyectos Coordinados.

## 6. Notas

- [1] <https://iamcr.org/>
- [2] <https://www.icahdq.org/>
- [3] <https://www.alaic.org/>
- [4] <https://www.felafacs.org/felafacs/quienes-somos/>
- [5] <http://confibercom.com/>
- [6] <https://ecrea.eu/>
- [7] <http://www.periodistica.es/>
- [8] <https://ae-ic.org.es/>
- [9] <http://www.mapcom.es/investigacion/presentacion>

## 7. Referencias

Alberich-Pascual, J. y Martínez-García, R. (2017): *Dificultades y opacidades analíticas para la visibilización y la indexación de la investigación en Comunicación en España*. En Díaz-Nosty, B. y De Frutos-García, R.: *Tendencias de la investigación Universitaria Española en Comunicación*. Madrid. Thomson Reuters Aranzadi, pp. 141-149

Almirón, Núria (2007): “La economía política de la investigación informacional”, *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Recuperado el 22 de enero de 2008, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200716Almiron.htm>.

Bustamante-Ramírez, E. (2018). La investigación en Comunicación en España. Luces y Sombras, *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 15. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, (15), pp. 285-288 <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2018.15.14>

Caffarel-Serra, C., Gaitán-Moya, J. A., Lozano-Ascencio, C. y Piñuel-Raigada, J. I. (Ed.) (2018): *Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre Comunicación*. Madrid. Comunicación Social. Consultado de:

<http://www.comunicacionsocial.es/docs/publicaciones/ficheros/indicemic6.pdf>

Caffarel-Serra, C., Ortega-Mohedano, F. y Gaitán-Moya, J. A. (2017): “Investigación en comunicación en la Universidad española en el período 2007-2014”. *El profesional de la información*, 26, (2), pp. 218- 227 <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.08>

Caffarel-Serra, C., Ortega-Mohedano, F. y Gaitán-Moya, J. A. (2016): “La Investigación en Comunicación en España: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades”, *Comunicar*, 56, (26), pp. 61-70. Consultado de:  
[http://www.mapcom.es/media/files/La\\_investigacion\\_en\\_comunicacion\\_en\\_Espana.pdf](http://www.mapcom.es/media/files/La_investigacion_en_comunicacion_en_Espana.pdf)

Castillo-Esparcia A., Rubio-Moraga A., Almansa-Martínez A. (2012): La investigación en Comunicación. Análisis bibliométrico de las revistas de mayor impacto del ISI. *Revista Latina de Comunicación Social* pp. 248-270. DOI: 10.4185/RLCS-067-955-248-270. Disponible en: [www.revistalatinacs.org/067/art/955 UMA/11 Castillo.html](http://www.revistalatinacs.org/067/art/955 UMA/11 Castillo.html)

De Moragas-Spà, M. (2011): Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa. Barcelona: Gedisa

De Moragas-Spà, M. (2008): “Crecimiento y estatus de la investigación en comunicación”, En Actas y Memoria final de *Investigar la comunicación*, Congreso Internacional Fundacional AE-IC, Santiago de Compostela.

Díaz Nosty, B. (2017): “Acerca de los primeros resultados del Proyecto MapCom (Área III)”, en Díaz-Nosty, B. y De Frutos-García, R. (Coord.), *Tendencias de la investigación Universitaria Española en Comunicación*. Madrid. Thomson Reuters Aranzadi, (pp. 91-108).

Encuesta MapCom. Informe General (2017): “Los investigadores de la Comunicación en España ante el espejo”. En *El Sistema de Investigación en España sobre prácticas sociales de Comunicación. Mapa de Proyectos, Grupos, Líneas, Objetos de estudio y Métodos* (Proyecto: CSO2013-47933-C4-1-P)

Fuentes Navarro, R. (2016): Cuatro décadas de internacionalización académica en el campo de estudios de la comunicación en América Latina. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 9 (2), pp. 8-26 Consultado de:  
<https://revistas.uosario.edu.co/xml/5115/511552709002/index.html>

Gaitán-Moya, J. A., Caffarel-Serra, C., Lozano-Ascencio, C., Piñuel-Raigada, J.L. (2018): “Condiciones y rendimientos de la Investigación en Comunicación: la visión de los académicos”, *CIC: Cuadernos de Información y Comunicación*, (23), 105-123. Consultado de:  
<https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/60910>

García Leiva, M.T. (2011): “Creatividad, Cultura y Comunicación en España”. *Revista Zer*, 16, (31), pp. 225-242 Consultado de  
<http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/4841>

Gingras, Y. y Mosbah-Nathanson, S. (2011): “¿Dónde se producen las ciencias sociales?”. En *Reporte mundial de las ciencias sociales en el mundo: las brechas del conocimiento*. UNESCO y Foro Consultivo Científico y Tecnológico, (pp. 153-158) Consultado de:

<http://docplayer.es/6602555-Informe-sobre-las-ciencias-sociales-en-el-mundo-las-brechas-del-conocimiento.html>

Halfman, W. y Rodde, H. (2015): The academic manifesto: From an Occupied to a public university. *Minerva*, 53. <https://doi.org/10.1007/s11024-015-9270-9>

Hamelink, C. y Nordenstreng, K. (2016). Estudiando la historia a través de la Asociación Internacional para el Estudio de la Comunicación Social (IAMCR). *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 9(2), 46-67. Doi: [dx.doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016.03](https://doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016.03)

Hoyos-López, G. (2017): "El predominio del estudio descriptivo como un síntoma del estado de la Investigación en Comunicación en España". En Díaz-Nosty, B. y De Frutos-García, R.: *Tendencias de la investigación Universitaria Española en Comunicación*. Madrid. Thomson Reuters Aranzadi, (pp. 151-154)

Jorge-Alonso, A. y De Frutos-García, R. (2017): "La evaluación de la investigación en España", en Díaz-Nosty, B. y De Frutos-García, R., *Tendencias de la investigación Universitaria Española en Comunicación*. Madrid. Thomson Reuters Aranzadi, (pp. 127-140)

Krohling-Kunsch, M. (2004). La presencia de ALAIC en la comunidad latinoamericana de Ciencias de la Comunicación. *Revista Telos*. Nº 61 Segunda Época Consultado de: <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/tribunaimprimible.asp@idarticulo=6&rev=61.htm>

Marques de Melo, J. (1991). *Comunicação e Modernidade*. Loyola: São Paulo. En Fuentes Navarro, R. (2016): Cuatro décadas de internacionalización académica en el campo de estudios de la comunicación en América Latina. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 9(2): 8-26 Consultado de: <https://revistas.urosario.edu.co/xml/5115/511552709002/index.html>

Martínez-Nicolás, M. (2009): "La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales", *Revista Latina de Comunicación Social*, (64), 1-14. DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-800-01-144

Nordenstreng, K. (2008). Institutional Networking: the Story of the International Association for Media and Communication Research (IAMCR). En Park & Pooley, *The History of Media and Communication Research: Contested Memories* (pp. 225-248). New York: Peter Lang. Citado por Fuentes Navarro, R. (2016): "Cuatro décadas de internacionalización académica en el campo de estudios de la comunicación en América Latina" *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 9(2), pp. 8-26 Consultado de: <https://revistas.urosario.edu.co/xml/5115/511552709002/index.html>

Peñafiel-Sáiz, C., Ronco-López, M., Echegaray-Eizaguirre, L., Torres-Romay, E., Camacho-Marquina, I., Elordui-Urquiza, A., Fresneda-Delgado, I., Martín-Algarra, M., Túñez-López, M., Videla-Rodríguez, J.J. (2017): "Perfiles en la investigación en Proyectos de I+D y Tesis Doctorales en el Área II de MapCom", en Díaz-Nosty, B. y De Frutos-García, R., *Tendencias de la investigación Universitaria Española en Comunicación*. Madrid. Thomson Reuters Aranzadi. (pp. 59-89).

Piñuel-Raigada, J.L. (2010): “La comunicación como objeto científico de estudio, campo de análisis y disciplina científica”. *Contratexto*, (18), 67-107.

Piñuel-Raigada, J.L., Gaitán-Moya, J. A., Caffarel-Serra, C. y Lozano-Ascencio, C. (2017): “Los investigadores de la Comunicación en España ante el espejo”. En: *El Sistema de Investigación en España sobre prácticas sociales de Comunicación. Mapa de Proyectos, Grupos, Líneas, Objetos de estudio y Métodos: Encuesta MapCom* (Proyecto: CSO2013-47933-C4-1-P). Consultado de: [http://www.mapcom.es/media/files/Los\\_investigadores\\_de\\_la\\_comunicacion\\_en\\_Espana\\_ante\\_el\\_espejo.Encuesta\\_MapCom.pdf](http://www.mapcom.es/media/files/Los_investigadores_de_la_comunicacion_en_Espana_ante_el_espejo.Encuesta_MapCom.pdf)

Piñuel-Raigada, J.L.; Lozano-Ascencio, C.; García-Jiménez, A. (Coords) (2011): *Investigar la Comunicación en España*, Madrid, AE-IC.

Peters, J.D. (2014): *Hablar al aire. Una historia de la idea de comunicación*. FCE. México D.F

Rodríguez-Gómez, E. F., Goyanes, M. y Rosique-Cedillo, G. (2018): “La investigación en comunicación en España: temporalidad laboral, producción intensiva y competitividad”. *Communication and Society*, 31, (4), 229-242 <http://dx.doi.org/10.15581/003.31.4.229-242>

Tato García, M.; Tato Jiménez, J.L; Castillo Díaz, A. (2014): La investigación en comunicación en España: estado de la cuestión”. *Revista RAEIC*, 1, (1), 129-139. Consultado de: <http://www.revistaeic.eu/index.php/raeic/article/view/7>

---

### Cómo citar este artículo en bibliografías / Referencia

C Peñafiel-Saiz, M Ronco-López, J J Videla-Rodríguez, L Echegaray-Eizaguirre (2019): “Percepción y análisis de la comunidad universitaria sobre el sistema actual de investigación de la comunicación en España”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 1521 a 1541.

<http://www.revistalatinacs.org/074paper/1397/80es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2019-1397](https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1397)

### - En el interior de un texto:

C Peñafiel-Saiz, M Ronco-López, J J Videla-Rodríguez, L Echegaray-Eizaguirre (2019: 1521 a 1541) ...

o

...C Peñafiel-Saiz *et al*, 2019 (1521 a 1541)

Artículo recibido el 15 de mayo. Aceptado el 20 de julio  
Publicado el 18 de octubre de 2019