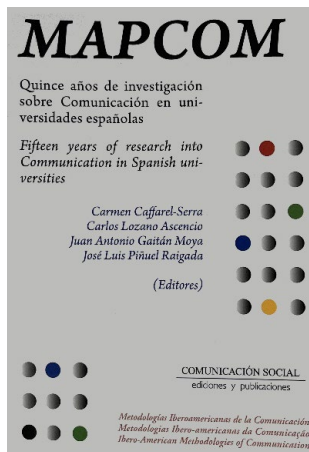


# UNA CARTOGRAFÍA DINÁMICA DE UN CAMPO EN MOVIMIENTO EL PROYECTO MAPCOM COMO IMPULSOR Y DINAMIZADOR DE LA METAINVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN EN ESPAÑA

Marta Rizo García, Universidad Autónoma de la Ciudad de México  
marta.rizo@uacm.edu.mx



## Presentación: la metainvestigación de la comunicación en España

Quince años de trabajo de documentación, sistematización, clasificación, síntesis, análisis, prospectiva. Quince años de acercamiento a voces, grupos y documentos clave para radiografiar la investigación de la comunicación en España. Quince años de trabajo colectivo entre cerca de 90 académicos y académicas, de articulación de investigaciones, de puesta en común de reflexiones, de publicación de resultados en congresos españoles e internacionales.

Esto y mucho más se ha realizado en el marco de MapCom, proyecto impulsor de la metainvestigación de la comunicación en España que sistematiza y difunde documentación sobre el campo de la comunicación, ofreciendo una

detallada cartografía de los objetos de estudio, los enfoques teóricos, los libros de referencia, los grupos de investigación y las estrategias metodológicas, entre otros aspectos que radiografían un campo cambiante donde los haya, por el propio dinamismo y volatilidad de su objeto de estudio y por su historia particular de lucha por obtener legitimidad científica.

*MapCom: quince años de investigación sobre comunicación en universidades españolas* da cuenta de los resultados de quince años de trabajo materializados en proyectos de investigación efectuados entre 2007 y 2022 por cerca de 90 investigadores e investigadoras de universidades españolas. La obra se organiza en diez capítulos distribuidos en tres grandes partes, que refieren a los tres pilares de la metainvestigación: el análisis de los documentos científicos más relevantes (tesis doctorales, libros, artículos académicos, participación en congresos y proyectos de investigación y desarrollo); el análisis de las voces de las investigadoras y los investigadores, como actores fundamentales del campo de la investigación en comunicación en España; y un análisis de los grupos de



investigación a partir de la revisión de sus estatutos y de cómo se refleja su actividad investigadora en sus páginas web. La utilidad de este estado de la cuestión es innegable, y su potencial heurístico para abrir nuevas vetas de reflexión y nuevos temas de investigación por parte de la comunidad académica española tampoco puede ponerse en duda.

## El contenido de la obra: claves de lectura y síntesis de las aportaciones

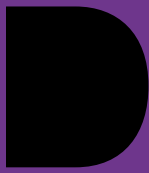
La obra inicia con un prólogo de Miquel de Moragas, decano de la investigación en comunicación en España y primer presidente de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC). Moragas presenta algunos de los pormenores del libro y ofrece algunas claves: la relevancia del mapeo de la investigación en comunicación; la multiplicación de los estudios sobre comunicación en España; la necesidad de fortalecer los intercambios entre universidades de España y América Latina; y la reflexión sobre las debilidades y las amenazas de la investigación en comunicación.

La introducción de la obra, “La metainvestigación en comunicación del programa MapCom”, plantea con detalle el contexto de la investigación en comunicación en España; ofrece algunos datos generales para situar la discusión; y recupera los ejes básicos de lo que se entiende por metainvestigación: “La metainvestigación en comunicación ha permitido obtener un conocimiento más integral del sistema de investigación en comunicación en España, lo que proporciona los cimientos para planificar políticas públicas de investigación y mostrar a los investigadores del área el estado de la cuestión y recabar nichos de interés de futuros trabajos según qué objetos, qué métodos, qué técnicas, qué fines más relevantes y desde qué perspectivas teóricas”.

La primera parte de la obra, **Los documentos de la investigación sobre comunicación**, incluye cinco capítulos orientados a cartografiar los documentos básicos para la carrera académica en comunicación en España: tesis doctorales, comunicaciones en congresos, artículos en revistas indexadas, libros y proyectos I+D. Destaca la autoría colectiva de los cinco capítulos, la heterogeneidad institucional y la paridad de género en prácticamente todas las aportaciones.

En “Una radiografía de las tesis doctorales sobre comunicación”, los autores analizan las tesis doctorales registradas en posgrados en comunicación defendidas de 2007 a 2018. A partir de identificar las universidades, comunidades autónomas, género del autor/a y director/a, perspectiva teórica, objeto de estudio y metodología de la investigación, los autores llegan a conclusiones como las siguientes: predominan las tesis descriptivas, con metodologías de análisis documental y del discurso; la relación entre proyectos financiados y tesis doctorales es escasa; y existe poca relación también entre los grupos de investigación consolidados y los autores de las tesis doctorales.

En el segundo capítulo, “Análisis de las comunicaciones en congresos de la AEIC 2008-2018”, los autores parten de la relevancia de los congresos como espacios de encuentro que convocan a las y los investigadores a exponer sus trabajos para someterlos al diálogo con los pares. Además de relatar el contexto de las asociaciones y la presencia de los españoles en asociaciones internacionales, los autores analizan las ponencias presentadas en los congresos de la AE-IC de 2008 a 2018, un total de 850. Algunas de las conclusiones del análisis son la concentración de las autorías de las ponencias en Madrid, Cataluña y Andalucía; el carácter mayormente descriptivo de los trabajos; y el predominio de la comunicación de masas como objeto de estudio.



El tercer capítulo revisa las revistas científicas mejor posicionadas en el campo. Bajo el título “La investigación sobre revistas científicas en España a través del proyecto MapCom”, el texto recupera las doce revistas mejor indexadas durante la década de 2007 a 2018 y selecciona los artículos respaldados por algún proyecto I+D, siendo finalmente 407 artículos la muestra de análisis. La escasa proporción de artículos financiados; la focalización de las publicaciones científicas en regiones; el reducido número de autores en la mayoría de las publicaciones; y la poca innovación de los objetos de estudio y los métodos son algunas de las debilidades que detallan los autores.

Con respecto a las fortalezas, señalan el incremento de la financiación competitiva; la relevancia de la publicación en la academia de América Latina; el desarrollo de proyectos editoriales de calidad; la presencia de España y Brasil entre las diez potencias en la investigación y publicación en comunicación; y la tendencia a una mayor igualdad de género en las autorías.

Los libros de referencia son el objeto de reflexión del cuarto capítulo, “Libros de referencia de la comunidad académica en comunicación”. A partir del análisis de la bibliografía de los artículos científicos (más de 4000 libros) y de una encuesta a profesores del área (respondida por 700 personas), se refieren los autores más citados en los artículos (Castells, Jenkins, Krippendorf) y las obras más referidas por los encuestados (Rodrigo, Wimmer y Dominick, Piñuel y Gaitán, Igartua, entre otros).

Se afirma que además de los libros de corte metodológico, en la investigación de la comunicación en España predominan obras ensayísticas sobre aspectos concretos del fenómeno comunicativo, sobre todo mediático. En su mayoría son textos escritos por hombres y destaca el inglés como idioma predominante.

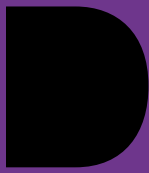
El último capítulo de esta primera parte, “Una década de proyectos I+D+i en comunicación (2008-2018)”, analiza una muestra depurada de 249 proyectos competitivos financiados con objetos de estudio vinculados con la comunicación. Los proyectos son liderados por 38 universidades de las 55 que ofrecen grados y posgrados en comunicación en España.

Como en el caso de las ponencias, las tesis doctorales y los artículos científicos, en los proyectos se observa un predominio de objetos de estudio relacionados con la comunicación mediática; investigaciones más orientadas a la descripción que a la explicación; evaluación e intervención en fenómenos comunicativos; y metodologías basadas principalmente en la investigación documental.

La segunda parte de *MapCom: quince años de investigación sobre comunicación en universidades españolas* lleva por título **Las voces de los investigadores en comunicación**. En los cuatro capítulos que la conforman se recuperan las voces de los investigadores adscritos a programas de comunicación en las universidades españolas.

El capítulo 6 lleva por título “Las voces de los investigadores, por encuesta” y recoge las opiniones de los investigadores sobre su propia actividad, a partir de la encuesta elaborada por MapCom en 2022. Esta aportación recoge las voces de investigadores censados en las facultades de comunicación en España; investigadores miembros de sociedades científicas (no adscritos a ninguna universidad) e investigadores en formación (estudiantes de doctorado). De un total de casi 3400 encuestas enviadas, se obtuvieron 776 respuestas.

El mapeo da como resultado el siguiente perfil: personas de entre 41 y 60 años en su mayoría; prácticamente equilibrados en términos de género; con dedicación mayoritaria a la dirección de TFG y TFM; la mitad nunca han sido investigadores principales de proyectos financiados a nivel nacional; casi la mitad de los investigadores afirman tener como objeto de estudio prioritario la comunicación mediática; y la estrategia metodológica que más reportan es el análisis de contenido y el análisis semiótico de discursos.



En “Diagnóstico y prospectiva de los expertos sobre las convocatorias, los medios y los resultados de la investigación (Delphi, 2021)”, los autores recogen las voces de 16 investigadores con gran experiencia en la investigación en comunicación en España. Esta muestra se obtuvo entre los directores de los grupos de investigación consolidados y los investigadores principales de diversos proyectos, tratando de asegurar cobertura geográfica y universidades de procedencia.

Los expertos afirman que actualmente hay una mayor necesidad de intervención y control sobre los procesos y convocatorias de investigación públicos, así como sobre la fase de la difusión de resultados en las revistas. Varias propuestas de los expertos consultados resultan innovadoras y viables, sobre todo las que apuntan al aprovechamiento de los avances tecnológicos para la mejora de la práctica investigativa.

La octava aportación, “Juicios fácticos sobre el futuro de los escenarios y las condiciones de la investigación: Phillips 66”, recupera las voces de investigadores principales de proyectos, directores de grupos de investigación, portavoces de asociaciones científicas, gestores de universidad, gestores de la difusión de resultados e investigadores junior, actores que participaron en los Phillips 66 que MapCom aplicó en 2016 y en 2022.

Algunos de los juicios recopilados en el primer año apuntan hacia la falta de recursos; el efecto ANECA (se denuncia el sometimiento de los investigadores a esta agencia); la falta de madurez de la disciplina; la escasa formación metodológica; la distancia entre academia y mundo profesional; y la débil política de investigación.

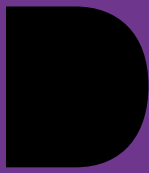
En la investigación de 2022 se reiteran la insuficiencia presupuestaria; la necesidad de impulsar otros mecanismos de control de la investigación; la falta de profesionalización del apoyo administrativo; la escasa conexión con colegas de América Latina; la carencia de apoyo institucional a las revistas; la excesiva burocratización de los procesos; la ausencia de continuidad en las contrataciones; la mercantilización de las publicaciones y los congresos; y la escasez de posibilidades reales para articular docencia e investigación.

La segunda parte cierra con “Los grupos de investigación en comunicación. Un balance crítico”, en la que se analizan 213 grupos de investigación y se llega a la siguiente radiografía: las líneas de investigación con mayor financiación tienen que ver con la comunicación intercultural, las nuevas tecnologías en la educación y la cibersociedad, mientras que las menos atendidas son la historia de los medios, la ética periodística y los análisis de textos audiovisuales. Este análisis pone en evidencia que los grupos no son muy reconocidos en el sistema universitario español; que padecen de cierta desconexión institucional; no son equitativos en términos de género; y no tienen suficiente proyección internacional.

Con este análisis de los grupos de investigación concluye propiamente la cartografía elaborada por el proyecto MapCom, en la que identificamos constantes como la centralidad de la comunicación mediática como objeto de estudio; el predominio de análisis descriptivos; y la crítica a las condicionantes de la práctica investigadora.

**Los mapas interactivos de la metainvestigación en comunicación** es la última parte del libro y consta de un solo capítulo: “El sitio web de MapCom: datos, mapas y transferencia”. En él se analizan los usos que pueden hacerse de los resultados de los proyectos elaborados por MapCom a través de los mapas interactivos y las bases de datos de acceso abierto difundidos en la web (MapCom, mapas de investigación en comunicación en las universidades españolas), de modo que se muestra el potencial heurístico de las cartografías y mapeos que MapCom ha elaborado en aras de dibujar un panorama lo más completo posible de la investigación en comunicación en España.

Un mapa inconcluso, pues el campo de la comunicación está en permanente movimiento y las condiciones de producción científica también son variables. MapCom lidera la propuesta, y las y los investigadores tienen la



responsabilidad de aportar datos para continuar esta cartografía, y de usar los datos disponibles con la finalidad de hacer más y mejores preguntas sobre el fenómeno comunicativo. Este capítulo evidencia la importancia de poner a disposición de la ciudadanía la información y los resultados de los proyectos. Finalmente, MapCom no es una radiografía estática y requiere ser interpelado.

Lo anterior se relaciona con lo que los editores expresan en el cierre. “Conclusiones. El futuro de MapCom: observatorio de la metainvestigación en comunicación” recopila los principales resultados: la formación de los investigadores es precaria; la participación en congresos está más sujeta a la evaluación por parte de agencias acreditadoras que a la necesidad de diálogo con pares; es esencial reivindicar el papel de los libros, pese a que hoy día parece que el mecanismo con mayor impacto para difundir resultados son las revistas científicas; la financiación de la investigación sigue siendo insuficiente; y es apremiante reclamar más reconocimiento a los grupos de investigación.

### Colofón: retos de la investigación en comunicación en España

¿Qué retos enfrenta el campo académico de la comunicación en España? MapCom nos ofrece claves para reflexionar en torno a lo realizado y lo que sigue por hacer. No se trata de imponer temáticas, metodologías, publicaciones específicas, pero sí de pensar colectivamente en torno a qué compete a la academia en comunicación para consolidarse como un campo científico con absoluta legitimidad y como un espacio de construcción de conocimiento que no solo describa fenómenos comunicativos, sino que sienta las bases para una investigación más capaz de intervenir en las realidades estudiadas.

Quizá debamos pensar colectivamente algunos asuntos pendientes como el relevo generacional en la investigación; la centralidad de la formación metodológica a nivel grado y posgrado; la necesidad de fortalecer los vínculos con América Latina; la aún débil fundamentación teórica de la investigación en comunicación; la excesiva atención a la comunicación mediática en detrimento de otros modos de comunicación; y el peso a veces injustificado de lo empírico y cuantitativo sobre la reflexión teórica y epistemológica que tanta falta le hace al campo de conocimiento que nos aglutina.

Por su legado indudable; por su impulso y dinamización de la metainvestigación de la comunicación en España; por su honestidad y responsabilidad social al poner a disposición de la ciudadanía datos con enorme potencial explicativo, larga vida a MapCom y sus integrantes.

### Datos del libro

Título: MapCom: quince años de investigación sobre comunicación en universidades españolas

Lugar y año: Salamanca, 2023

Editores: Carmen Caffarel-Serra, Carlos Lozano Ascencio, Juan Antonio Gaitán Moya y José Luis Piñuel Raigada

Editorial: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones

Número de páginas: 388