

**Dra. Gloria GÓMEZ-ESCALONILLA**

Universidad Rey Juan Carlos. España. gloria.gomezescalonilla@urjc.es

## **Métodos y técnicas de investigación utilizados en los estudios sobre comunicación en España**

### **Research methods and techniques employed in Communication Studies in Spain**

**Fechas** | Recepción: 31/08/2020 - Revisión: 06/11/2020 - En edición: 23/11/2020 - Publicación final: 01/01/2021

#### **Resumen**

Se presentan en este artículo los resultados del proyecto "Mapa de la Investigación en Comunicación en las Universidades Españolas de 2007 a 2018" desde la perspectiva de los métodos y las técnicas de investigación que se han utilizado en las principales prácticas científicas realizadas en España en los últimos 10 años: proyectos I+D+i, artículos científicos publicados en revistas indexadas, comunicaciones presentadas en los congresos de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación (AE-IC) y tesis doctorales del ámbito de la comunicación. Las conclusiones permiten corroborar la hipótesis de partida, que confirma al análisis de contenido como la técnica más utilizada en las prácticas científicas analizadas del campo de la comunicación, aunque también se utilizan, en menor proporción, otras técnicas de investigación social: análisis del discurso, entrevistas en profundidad y encuestas.

#### **Palabras clave**

Métodos; técnicas de investigación; comunicación; meta-investigación

#### **Abstract**

*In this article the results of the project "Map of Communication Research in Spanish Universities from 2007 to 2018" are presented from the perspective of the research methods and techniques employed in the main scientific practices carried out in Spain over the last ten years: R + D + i projects, scientific articles published in indexed journals, communications presented at the congresses of the Spanish Association of Communication Researchers (AE-IC) and doctoral theses in the field of Communication. The conclusions tend to corroborate the initial hypothesis, which confirms content analysis as the most widely used technique in scientific practices in the field of Communication, although, to a lesser extent, other social research techniques are also used: discourse analysis, in-depth interviews and surveys.*

#### **Keywords**

*Methods; research techniques; communication; meta-research*

## 1. Introducción

Los métodos y las técnicas de investigación son los procedimientos que siguen los investigadores para obtener los datos necesarios en su aproximación al objeto de estudio. Su importancia radica en que son la garantía de la científicidad. La aplicación más o menos estandarizada de esos modelos de actuación es lo que garantiza la validez científica del trabajo de investigación y, por consiguiente, del conocimiento que se obtiene, en la medida en que la ciencia, como dice Mario Bunge, "es un estilo de pensamiento y de acción" (Bunge, 1979:19).

Independientemente de que cada proyecto de investigación adapte y aplique esos procedimientos a sus diferentes contextos, es posible preguntarse y analizar cuáles son los más utilizados en la investigación de un campo de estudio concreto para conocer, como en este caso, cómo se investiga en el ámbito de la comunicación. Para ello, se parte de las investigaciones concretas, puesto que "el método no es susceptible de ser estudiado separadamente de las investigaciones en que es empleado" (Vasallo de Lopes, 1999:16) analizando las metodologías utilizadas en las producciones científicas que se han realizado en España desde 2007 a 2018. En concreto se analizan los métodos y técnicas de investigación que se han utilizado en los proyectos de investigación I+D+i que se han concedido por parte del Ministerio de Ciencia e Innovación sobre fenómenos relacionados con la comunicación, también se analiza la metodología utilizada en las tesis doctorales presentadas en las facultades españolas de comunicación y se analizan también los principales escaparates de la investigación científica: los artículos publicados en las principales revistas indexadas de comunicación y las comunicaciones presentadas en los Congresos de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación (AE-IC) en los seis congresos celebrados el periodo analizado.

Este estudio forma parte de la investigación "Mapa de la Investigación en Comunicación en las Universidades Españolas de 2007 a 2018" (PGC2018-093358-B-I00, Ministerio de Ciencia e Innovación) que ofrece un registro y análisis de las prácticas y productos de la investigación en comunicación realizada en España en los últimos 10 años ([www.mapcom.es](http://www.mapcom.es)), que retoma el objeto planteado en el anterior proyecto «El sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de comunicación: Mapa de proyectos, grupos, líneas, objetos de estudio y métodos», donde se analizaban las contribuciones de investigación en comunicación de los años 2007 a 2013 y donde se concluía que la metodología más utilizada es el análisis de documentos, preferentemente de tipo cuantitativo (Caffarel, Gaitán, Piñuel y Lozano, 2018). Las conclusiones de ese anterior estudio se toman las principales hipótesis de partida del presente trabajo que actualiza los datos hasta 2018, pues se parte de que la investigación en comunicación en España de los últimos diez años sigue basando su estrategia metodológica en la utilización de los métodos documentales, especialmente el análisis de contenido, porque es la técnica que investiga fenómenos simbólicos (Krippendorff, 1980) tales como los comunicativos.

Este trabajo intenta ser una aportación más a los estudios que se centran en la propia práctica de la investigación científica en comunicación, una línea de investigación propia con cierta tradición en España, donde se encuentran múltiples trabajos, como los publicados en los últimos años: Martínez Nicolás, 2006; Almirón y Reig, 2007; Martínez Nicolás y Saperas, 2008; Fernández Quijada y Masip, 2013; Díaz Nosty y Frutos, 2016; Caffarel, Ortega, Gaitán, 2017; Rodríguez Gómez, Goyanes y Rosique, 2018; Lozano, Gaitán, Caffarel y Piñuel, 2020; incluso algunos trabajos que enfocan su objeto a los aspectos metodológicos (López Rabadán y Vicente, 2011; Ferran, Guallar, Abadal y Server, 2017 o Tramullas, 2020), ámbito en el que se sitúa el presente trabajo, que aborda los métodos y técnicas de investigación en comunicación.

Sobre estos métodos y técnicas se plantea una problemática por su clasificación, dado que hay cierto disenso en la distinción de esos procedimientos. A este respecto se sigue aplicando en la comunicación lo que señalaba Madeleine Grawitz (1975) para las ciencias sociales:

"no puede uno sino maravillarse del extremo desorden reinante en este campo. La mayoría de los autores distinguen el método de los métodos. Con todo, se encuentra este término utilizado para caracterizar unos procedimientos que se sitúan a niveles muy diferentes, en cuanto a su inspiración más o menos filosófica, a su grado de abstracción, su finalidad más o menos explicativa, su acción en unas etapas más o menos concretas de la investigación y el momento en que se sitúan" Grawitz, (1975: 289).

De este modo, Echeverría (1999) propone una clasificación que trata de dar cuenta del pluralismo metodológico existente, y menciona: los métodos deductivos e inductivos, los métodos de análisis y síntesis, los métodos experimentales, el método axiomático, los métodos matemáticos, los métodos de la observación, de medición, de clasificación, métodos heurísticos, el método hipotético-deductivo, métodos computacionales, y el método basado en la comprensión de los fenómenos estudiados (Echeverría, 1999:116-117). Beltrán propone una tipología que reduce a cinco las vías de acceso a la realidad social: el método histórico, método comparativo, método crítico-racional, método cuantitativo

y cualitativo (Beltrán, 2000: 15-50). En uno y en otro caso se mezclan criterios de clasificación, como señalaba la investigadora francesa.

Para subsanar este problema, se aboga por una taxonomía que diferencia diferentes niveles de clasificación. En un primer momento, se diferencian los métodos en función de la fuente principal de datos. De este modo se distinguen los métodos conversacionales, diseños en los que la estrategia fundamental de obtención de datos se basa en los discursos hablados de los sujetos investigados, en lo que dicen o hablan cuando el investigador pregunta. Estos métodos se pueden diferenciar de los métodos observacionales, que se basan en lo que los investigadores observan de lo que los sujetos investigados hacen. Los primeros facilitan datos de lo que cuentan los propios sujetos, lo que permite acceder a su universo conceptual, lo que piensan, lo que saben, lo que sienten, además de permitir acceder a objetos pasados o futuros, porque los sujetos cuentan lo que han hecho, hacen o previsiblemente harán. Los métodos observacionales permiten acceder a los datos de lo que hacen los sujetos directamente a través de la mirada del investigador, sin que el investigado proponga su interpretación y pueda distorsionar con su visión personal, enfocados principalmente a investigar la acción social y comunicativa, especialmente la que sucede en tiempo real.

A los métodos conversacionales y observacionales se añaden los métodos basados en la experimentación, "por experimento entendemos aquella parte de la investigación en la cual se manipulan ciertas variables y se observan sus efectos sobre otras" (Campbell y Stanley, 1995:9). Tras la intervención o manipulación, se puede preguntar u observar a los sujetos sobre los efectos de tal intervención, por lo que su procedimiento solo variaría en lo que tiene de manipulación, aunque los problemas materiales y éticos que ocasiona la manipulación en las Ciencias Sociales ha hecho que los métodos experimentales hayan sido escasamente utilizados en este campo disciplinar.

Finalmente, están los métodos basados en los documentos, el investigador recurre a registros que contienen los datos que interesan, registros que pueden ser de diferente naturaleza: escritos, audiovisuales, digitales, personales, públicos, privados, individuales, institucionales... cualquier tipo de registro documental que contenga los datos que interesan al investigador sobre el objeto que se investiga. Estos registros se tornan importantes en las ciencias de la comunicación porque los fenómenos comunicativos pueden ser considerados como fuentes documentales, en la medida en que queda registro de ellos: de periódicos impresos o digitales, de programas radiofónicos, televisivos, films o series, incluso de los medios digitales, como post de redes sociales o webs y videos de Youtube.

Los diferentes métodos conversacionales, observacionales, documentales o experimentales pueden aplicarse de manera más cualitativa o cuantitativa en función del fin último que se proponga hacer de los datos y del objetivo de estudio: aprehender su "sentido", interpretando y comprendiendo los datos obtenidos, optando por la vía cualitativa, o cuantificar el objeto estableciendo cuánto sucede y con cuánta frecuencia y circunstancias sucede, optando, pues, por una vía cuantitativa. En función de lo que se estipule, los métodos serían más cuantitativos o más cualitativos, y se utilizarían unas técnicas u otras, dado que las técnicas de investigación son "instrumentos que están ahí, disponibles, a la espera de que cada investigador haga un uso específico de ellas en un estudio real" (Valles, 2000:97). Por ello, es posible clasificar las técnicas de investigación que distinguen la mayoría de los autores, entre los que se cuentan, aplicado a las ciencias de la comunicación, Wimmer y Dominick (1996), Gaitán y Piñuel (1998) o Igartúa (2006), entre otros, en una taxonomía que distingue tanto la fuente de los datos como el objetivo del estudio, estableciendo que dentro de los métodos conversacionales se pueden utilizar las entrevistas en profundidad o los grupos de discusión, entre las técnicas grupales más importantes, cuando se sigue una estrategia cualitativa y la encuesta cuando el método conversacional se utiliza cuantitativamente. En el caso de los métodos observacionales, se puede utilizar la observación participante cuando de lo que se trata es de captar el "sentido" de la acción social, o la observación sistemática cuando se trata de cuantificar ese comportamiento. Para los métodos documentales, se aplicaría el análisis del discurso, en cualquiera de sus aplicaciones, cuando de lo que se trata es de analizar cualitativamente los mensajes, buscando el "tercer nivel" que llamaba Barthes (1986), mientras que la aplicación cuantitativa del método documental sería el análisis de contenido. Por lo que respecta a los métodos experimentales, éstos pueden utilizar cualquier técnica de investigación, siempre y cuando se produzca la intervención para provocar la acción del sujeto, sobre lo que normalmente se pregunta o se observa.

En las Ciencias Sociales y también en las Ciencias de la Comunicación se han usado los métodos cualitativos o cuantitativos de una manera bastante antagónica, radicalizando la praxis investigadora hacia posiciones excluyentes, una oposición entre ambas metodologías que ha sido superada por la actual hibridación entre ambos métodos y la tendencia cada vez más habitual a utilizar diseños basados en la triangulación, al fin y al cabo, como señalaba Ibañez (1992: 136), "para acceder a la verdad de lo social se precisa un dispositivo de doble pinza que conjugue palabras y números".

## 2. Metodología

Este trabajo sigue la metodología empleada en el proyecto del que forma parte que elabora un riguroso censo de proyectos de investigación, tesis doctorales, artículos de investigación y comunicaciones presentadas en los congresos de la AEIC. Para ello se ha seguido un procedimiento diferente en cada práctica de investigación.

Para la obtención de la información de los proyectos competitivos, se ha solicitado la información al Ministerio de Ciencia e Innovación que se encarga de la convocatoria y resolución de los proyectos del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación (I+D+i), ampliando la información, fundamentalmente de los autores que realizan los proyectos y las memorias resultantes, consultando a las propias Universidades que han facilitado el contacto directamente con los IP de los proyectos concedidos. Seleccionando los proyectos cuyo ámbito y objeto se relacionan con fenómenos comunicativos, el resultado desde 2007 a 2018 conforman un universo de 250 proyectos concedidos.

En el caso de los artículos de investigación, se han seleccionado en primer lugar las revistas científicas, escogiendo las nueve revistas que aparecen entre las primeras del índice h elaborado por *Google Scholar* del periodo temporal que se ha establecido: *Comunicar*, *Revista Latina*, *Comunicación y Sociedad*, *Estudios del Mensaje periodístico*, *Telos*, *Zer*, *Tripodos*, *El Profesional de la información* e *Historia y Comunicación Social*. Además, las diferentes revistas destacan por su alto posicionamiento en los índices de impacto reconocidos: *El Profesional de la Información* es Q3 y *Comunicar* Q1 según el *Journal Citation Reports (JCR)* en el último año. De todos los artículos publicados en las 9 revistas a lo largo de estos 11 años, se han seleccionado solo los que derivan de proyectos de investigación I+D+i, resultando un total de 406 artículos.

Para las comunicaciones, se ha establecido un corpus de análisis conformado por todas las comunicaciones publicadas en los libros de actas de los congresos del AE-IC por autores procedentes de universidades españolas, tanto en el congreso inaugural de Santiago de Compostela celebrado en 2008, como los cinco siguientes que se han celebrado durante el periodo de estudio: Málaga 2010, Tarragona 2012, Bilbao 2014, Madrid 2016 y Salamanca 2018. En total han sido analizadas 850 comunicaciones.

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

En total se han registrado 4.290 contribuciones que constituyen el corpus de esta investigación. Sobre cada una de estas prácticas se cumplimentó una ficha de análisis, y aunque el proyecto Mapcom contempla más variables, en este acercamiento solo se van a explotar las que específicamente se refieren a los métodos y técnicas de investigación, cruzando las estrategias metodológicas con las variables de identificación (tipo contribución, año de publicación, género del primer autor, investigador o doctorando) además de relacionarlo con los objetivos y el objeto de estudio, en concreto, su naturaleza, tipo de comunicación y su carácter off line u on line.

Para realizar análisis cuantitativos que permitan establecer una fotografía más precisa del uso de los métodos y técnicas de investigación en comunicación se han realizado análisis de frecuencias y cruces de contingencia estableciendo como variable dependiente los métodos de investigación, que es el objeto que se propone la presente aportación.

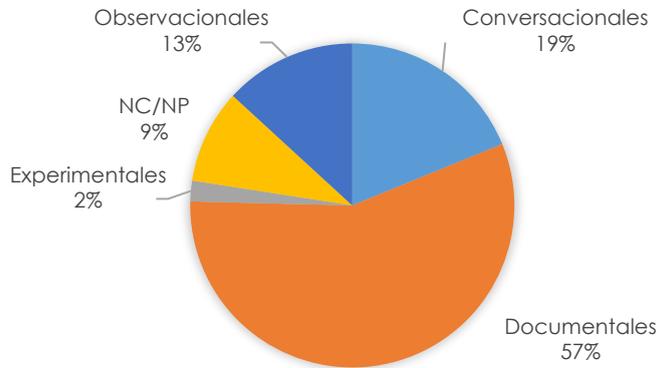
## 3. Resultados del estudio: métodos de investigación en comunicación

El corpus de estudio que se obtiene de mapear las prácticas científicas en el ámbito de la comunicación de los últimos diez años arroja una cifra de cerca de 4.290 contribuciones. Del análisis de los métodos de investigación que han utilizado se obtiene que los métodos más utilizados son los documentales. Efectivamente, tal como señala el gráfico 1, en comunicación, los métodos más utilizados, en más de la mitad de las prácticas investigadoras, son los que se basan en los documentos. Estas prácticas científicas analizadas estudian, obviamente, la comunicación, fenómenos que se registran y forman parte del universo documental. En total han sido 2.427 las prácticas de investigación que han utilizado datos procedentes de fuentes documentales, sean de documentos comunicativos: de periódicos o revistas, films, programas de radio o de televisión, o de otro tipo de fuente documental.

En segundo lugar, la investigación en comunicación utiliza como fuente principal de datos la palabra, también la principal forma de comunicación interpersonal. Han sido 807 las contribuciones que han utilizado métodos conversacionales, lo que supone cerca del 20% del total.

En menos ocasiones, pero también representando un 13% del total, en 565 casos, se utiliza como método principal de obtener datos la observación. En muchos menos casos, solo en el 2%, el método principal es la experimentación. Como sucede en todas las ciencias sociales, los métodos experimentales se utilizan más bien poco en las prácticas investigadoras, en comunicación, solo en 88 ocasiones.

**Gráfico 1: Métodos de investigación en comunicación**



Fuente: elaboración propia

### 3.2. Métodos de investigación en función de las distintas contribuciones

La distribución de los diferentes métodos que se plantea en el epígrafe anterior da cuenta del total de la producción científica en España, pero hay que analizar los métodos según la clase de contribución de que se trate, porque se observan diferencias. Hay que señalar que no hay la misma producción en las diferentes categorías, sino que hay menor productividad investigadora a medida que se avanza en la jerarquía científica. De este modo, hay más tesis doctorales que otro tipo de contribución, en concreto, prácticamente el 65% son tesis doctorales, la producción científica de menor nivel porque es la que da acceso a la carrera investigadora. En segundo lugar, están las comunicaciones a los congresos de la AE-IC, que representan el 20% del total de las contribuciones y que podemos considerar como la producción científica de segundo nivel. La distribución en función de los distintos congresos ofrece cifras desiguales: en 2008, en Santiago de Compostela se presentaron 191, dos años después, en Málaga, la cifra bajó a 107, Tarragona en 2012 volvió a subir el nivel de participación, con 181 comunicaciones presentadas, que bajaron a 129 en 2014 en la cita de Bilbao y a 136 en 2016 en Madrid.

En un nivel superior del mérito científico se sitúan los artículos de investigación publicados en las revistas *Comunicación y Sociedad* (65), *Comunicar* (16), *El profesional de la información* (112), *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (75), *Historia y Comunicación Social* (27), *Revista Latina de Comunicación Social* (58), *Telos* (18), *Trípodos* (17) y *Zer* (18). Todos estos artículos suponen cerca del 10% del total, aunque ciertamente solo se han considerado los artículos que proceden de un proyecto competitivo, que es el nivel más elevado de la investigación en el campo de las ciencias sociales y que es, al menos en el campo de la comunicación, el menos numeroso, pues representan solo el 6% de toda la producción científica de investigación en comunicación.

Analizando los diferentes métodos en función del tipo de contribución, y tal como se manifiesta en la tabla 1, aunque los métodos documentales son siempre, en cualquier práctica científica de comunicación, los más utilizados, no lo son en la misma proporción. En los artículos, los métodos documentales superan la mitad de los métodos utilizados, también en las tesis doctorales, por 10 puntos más, mientras que en los proyectos I+D+i son exactamente la mitad de los métodos utilizados y en las comunicaciones presentadas en los congresos de la AE-IC se quedan en el 40%, es decir, no llegan a la mitad.

También diferentes son los usos de los otros métodos de investigación. En concreto, los conversacionales representan el 20% del total, como se ha visto anteriormente, pero dicho porcentaje solo se aplica a los proyectos I+D+i, en los artículos de investigación se supera ese porcentaje, si bien por dos puntos porcentuales nada más, mientras que las aportaciones con menos nivel científico, las comunicaciones y las tesis doctorales, el uso de métodos conversacionales no llega al 20%. Más significativa es la diferencia con los métodos observacionales, pues los utilizan más los artículos de investigación, que casi se utiliza en

el 20% de los artículos, mientras que en los proyectos, comunicaciones o Tesis doctorales se mantiene en torno a lo que representa del total, con 11, 12 y 13% en su uso, respectivamente.

Con respecto a los métodos experimentales, son utilizados, como se ha visto anteriormente, en un porcentaje muy reducido de los casos, en el 1% de los artículos o el 2% de las comunicaciones o tesis doctorales, pero en el 5% de los proyectos de investigación competitivos. La mayor dificultad para realizar diseños experimentales puede explicar esta mayor utilización en la producción de mayor calificación científica.

Se han detectado casos en los que no se ha podido consignar la metodología utilizada, sea porque no se especificaba o porque no referían investigaciones empíricas. Esos casos se han producido en todos los tipos de contribuciones, en una proporción que va del 10% al 20%, menor frecuencia en proyectos de investigación y mayor en artículos de revistas indexadas.

**Tabla 1: Métodos de investigación en comunicación según el tipo de contribución**

	Artículos	Comunicaciones	Proyectos I+D+i	Tesis Doctorales	Total 100%
<b>Conversacionales</b>	88 22%/11%	129 15%/16%	51 20%/ 6%	539 19%/67%	807
<b>Observacionales</b>	77 19%/14%	101 12%/18%	27 11%/5%	360 13%/64%	562
<b>Documentales</b>	221 54%/9%	341 40%/14%	125 50%/5%	1740 62%/72%	2427
<b>Experimentales</b>	4 1%/4,5%	20 2,3/23%	12 5%/14%	55 2%/62%	88
<b>NP</b>	77 19%/19%	101 12%/25%	27 11%/7%	90 13%/22%	402
<b>Total 100%</b>	406	850	249	2784	

Fuente: elaboración propia

Con respecto a la utilización de los diversos métodos en función del tipo de contribución, también se pueden detectar diferencias notables. Dado el mayor peso de las tesis doctorales, en todos los métodos se produce un mayor uso por parte de las tesis, que supera la mitad de los casos en porcentajes superiores al 60%, llegando en el caso de los métodos documentales a más del 70%, pero es significativo que no sean las tesis las que destacan en los casos en los que no se identifica la metodología de investigación, sino que son las comunicaciones en las que se produce la mayor frecuencia de no aplicación, puesto que las comunicaciones presentadas a los congresos de la AEIC pueden no responder a investigaciones empíricas sino que pueden presentarse reflexiones, ensayos u otro tipo de contribución científica en torno a la comunicación.

El peso que los diferentes métodos tienen en las diferentes contribuciones habría que compararlo, pues, con el peso que cada tipo de contribución representa en el total. Pues bien, si las tesis doctorales representan el 65%, las comunicaciones el 20%, los artículos el 9% y los proyectos el 6%, se puede decir que los métodos que destacan de las tesis doctorales serían los documentales y conversacionales, pues despuntan de su media, mientras que las comunicaciones destacan, además de por no explicar la metodología, por un uso del método experimental que supera la media que representa. En el caso de los artículos, aplica los métodos documentales en la proporción que representan los artículos del total de contribuciones, proporción que supera cuando se trata de los conversacionales y observacionales, además de contar también con un promedio al alza de las contribuciones que no señalan la metodología a seguir, mientras que las publicaciones indexadas destacan por su escaso peso de la experimentación. Justo lo contrario del distinto peso que demuestran los proyectos de investigación, donde se destaca precisamente el peso de los métodos experimentales mientras que mantiene, en los demás, un equilibrio conforme a su contribución al total de la producción científica en comunicación.

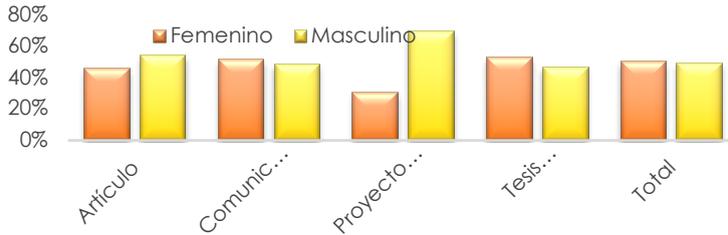
### 3.2. El género del investigador en la aplicación de los diferentes métodos de investigación

También resulta interesante preguntarse si existe alguna diferencia en la utilización de los diferentes métodos en función del género del investigador que aplica la metodología. Pues bien, los resultados de este estudio señalan que no existe diferencia de género ni en el conjunto de la investigación en comunicación en España ni en la utilización de sus métodos de investigación.

Esta afirmación admite matices, pues un análisis más pormenorizado de los datos advierte que las prácticas científicas en el ámbito de la comunicación no están tan libres de la discriminación de género, ni en lo que a la propia práctica de investigación se refiere ni a la utilización de sus métodos.

Efectivamente, si bien los datos globales señalan un equilibrio de género, un análisis por contribución señala que el equilibrio no se ha llegado al 100%. Los datos apuntan a que en la investigación sobre comunicación en España, tal como se ha señalado por el proyecto Mapcom, se puede hablar de una diferencia de género que representa un indicio del llamado "techo de cristal", pues se incrementa el desequilibrio de género según se va subiendo en la consideración científica de la contribución, siendo notable la diferencia en los proyectos de investigación I+D+i.

**Gráfico 1: Diferencia de género en las contribuciones científicas en comunicación**



Fuente: elaboración propia

Con respecto a la utilización de los métodos de investigación, a pesar de que no hay diferencias muy notables entre los dos géneros, sí que se señalan diferencias porcentuales que pueden indicar tendencias en su diferente uso. De este modo, los varones prefieren la utilización de técnicas conversacionales en detrimento de las observacionales y experimentales, métodos que son más utilizados por ellas, porque en los métodos documentales no hay apenas diferencia en su uso según el género del que lo utilice.

**Tabla 2: Métodos de investigación según el género del investigador**

	Femenino	Masculino	Total 100%
<b>Conversacionales</b>	380 18%/47%	427 17%/53%	807
<b>Observacionales</b>	288 14%/71,6%	277 12,7%/68,9%	562
<b>Documentales</b>	1198 56,6%/49,3%	1229 56,4%/50,6%	2427
<b>Experimentales</b>	45 2,1%/51%	43 1,9%/49%	88
<b>NP</b>	202 10%/36%	200 9%/35,5%	402
<b>Total 100%</b>	2113/49,2%	2176/50,7%	4289

Fuente: elaboración propia

### 3.3. Los métodos de investigación en comunicación según los objetivos del estudio

En la investigación Mapcom se han distinguido cuatro objetivos de las investigaciones realizadas, en función de si pretendían describir, explicar, intervenir o evaluar el objeto que estudiaban. En el total de contribuciones, priman los objetivos descriptivos, es decir, la investigación en comunicación se propone como objetivo prioritario describir los fenómenos que investigan. Así es en el 54% de los casos, lo que permite decir que más de la mitad de la investigación en comunicación es descriptiva. En el ámbito de la comunicación, un 24% de las investigaciones se han realizado con fines explicativos, casi un cuarto del total. En menor proporción siguen las investigaciones que se proponen evaluar los fenómenos, en el 11% de los casos, mientras que solo en un 3% se interviene para modificar el objeto de estudio. Ciertamente los objetivos de evaluación e intervención no suelen ser los más seguidos en las ciencias sociales, ni tampoco, como se ha comprobado, en las ciencias de la comunicación.

**Tabla 3: Métodos de investigación según los objetivos de la investigación**

	Descripción	Explicación	Evaluación	Intervención
<b>Conversacionales</b>	365 -16%	243- 24%	140 – 29,5%	43 – 31%
<b>Observacionales</b>	294- 13%	173- 17%	73 – 15,4%	22 – 16%
<b>Documentales</b>	1539- 66,5%	556- 54%	207- 44%	46 – 33%
<b>Experimentales</b>	11-0,4%	25-2,4%	32- 7%	21- 15%
<b>Total 100%</b>	2313	1023	473	139

Fuente: elaboración propia

Señala Gauchi (2017) cómo “la adecuación de los diferentes estudios se relaciona fuertemente con el tipo de investigación adoptada (exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa)”. Así sucede también con el estudio realizado, pues hay diferencias en la utilización de los métodos según los objetivos que se persiguen, pues si el objetivo es explicar, evaluar o intervenir, se utilizan más los experimentales, dado que estos métodos no se utilizan para fines descriptivos. Si de lo que se trata es de describir, aunque se utilicen los métodos conversacionales, observacionales o documentales, estos últimos se utilizan con mucha más frecuencia, más de la mitad de las investigaciones descriptivas, y son las que más se realizan en este campo, utilizan métodos documentales, que son menos utilizados cuando el objetivo es explicar o evaluar la realidad. En estos casos se utilizan, además de los experimentales, los conversacionales y observacionales.

### 3.4. Los métodos de investigación en comunicación según los objetos de estudio

Con respecto al objeto de estudio, se han distinguido diferentes fenómenos comunicativos en función del tipo de comunicación que se estudia. Pues bien, la investigación en comunicación se refiere, más del 60%, a la comunicación de masas. En segundo lugar, se refiere a la comunicación de las organizaciones, y de manera residual a la comunicación interpersonal o grupal.

**Gráfico 2: Tipo de fenómenos comunicativos investigados de la investigación**



Fuente: elaboración propia

A pesar de esta preeminencia de la comunicación de masas, que eleva la frecuencia en la utilización de cualquier método con respecto a su uso en otros tipos de objetos comunicativos estudiados, y a pesar también de la preeminencia de los métodos documentales sobre los demás métodos, que hace que sean también los más utilizados en la investigación de cualesquiera objetos de estudio comunicacionales, es posible encontrar ciertas lógicas en la utilización de una u otra metodología según el tipo de comunicación que se estudie, de tal manera que se puede vislumbrar cierta tendencia en la utilización de los métodos experimentales cuando se investigan fenómenos relacionados con la comunicación grupal o interpersonal y menos cuando lo que se investiga son fenómenos de comunicación de masas o de comunicación en las organizaciones. Al tiempo, son estos últimos fenómenos los que muestran ciertas diferencias con la utilización de los métodos documentales pues, aunque se utilizan para el estudio de cualquier fenómeno comunicativo, se utilizan sobre todo para la comunicación masiva y para la comunicación organizacional.

Con respecto a los métodos observacionales y conversacionales, son más utilizados en la comunicación interpersonal y grupal, y menos en la comunicación de masas y, en menor medida, en el estudio de las organizaciones.

**Tabla 4: Métodos de investigación según los tipos de comunicación investigada**

	<b>Comunicación de masas</b>	<b>Comunicación grupal</b>	<b>Comunicación Interpersonal</b>	<b>Comunicación organizacional</b>
<b>Conversacionales</b>	337 – 15,5%	57 – 26,7%	56- 23,3%	122 – 18,2%
<b>Observacionales</b>	288 – 13,3%	51 – 24%	44 – 18,3%	136 – 20%
<b>Documentales</b>	1514 – 70%	84 – 39,4%	127 – 53%	398 – 59,5%
<b>Experimentales</b>	36 – 1,6%	21 – 10%	13 – 5,4%	12 – 1,7%
<b>Total 100%</b>	2175	213	240	668

Fuente: elaboración propia

También se ha contemplado el escenario de investigación, si el objeto de estudio se refiere a fenómenos on line u off line. Pues bien, la investigación en comunicación de los últimos diez años prioriza la investigación de fenómenos comunicativos que se desarrollan en el escenario off line, ya que cerca de 2300 estudios se han desarrollado en el escenario convencional, lo que supone un 53% de la investigación analizada. Solo en el 24% de los casos se aborda el estudio de fenómenos íntegramente digitales, aunque suponen algo más de 1.000 contribuciones, a las que habría que añadir cerca de 600 estudios cuyo objeto se refiere a ambos escenarios.

**Tabla 5: Métodos de investigación cuando se aborda la comunicación off line u on line**

	<b>Off line</b>	<b>On line</b>
<b>Conversacionales</b>	405 – 18%	247 – 24%
<b>Observacionales</b>	272 – 12%	183 – 18%
<b>Documentales</b>	1493 – 65%	519 – 50%
<b>Experimentales</b>	49 – 2,2%	29 – 2,8 %
<b>Total 100%</b>	2290	1025

Fuente: elaboración propia

Según apuntan los resultados de este estudio, y que muestra la tabla 5, ya se investiguen fenómenos comunicativos off line u on line, priman los métodos documentales, al fin y al cabo, como se ha señalado antes, la comunicación son documentos, también en digital. Pero es posible detectar un uso todavía más destacado de los métodos documentales en el estudio de los fenómenos comunicativos convencionales. Paralelamente, es en los fenómenos digitales donde se observa cierta preeminencia por los métodos conversacionales y, en menor medida, por los observacionales, aunque no son los mayoritarios, pero sí se usan en mayor proporción que cuando se investiga la comunicación analógica.

### 3.4. Las técnicas de investigación en las producciones científicas de comunicación

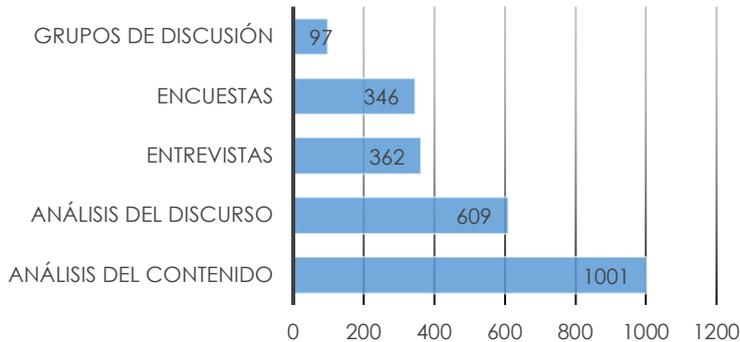
Además de los métodos de investigación, diferenciándolos según el tipo de fuentes que proporciona los datos, los diseños metodológicos de cada investigación también se pueden distinguir en función de las técnicas de investigación concretas utilizadas para obtener los datos, o el grupo de técnicas utilizadas en cada investigación, pues se ha detectado en el estudio que en 768 investigaciones se ha utilizado más de una técnica de investigación, es decir, en un 18% de los casos se utiliza la triangulación metodológica con la utilización de varias técnicas de investigación.

Especificando la técnica de investigación del corpus formado por artículos publicados, proyectos competitivos y tesis doctorales, dado que en las comunicaciones ha sido difícil la cumplimentación de la variable, se puede apreciar, tal como señala el gráfico 4, que la técnica más utilizada es el análisis de contenido, que se ha utilizado en más de 1.000 investigaciones de los cerca de 3.439 producciones analizadas, lo que indica que se ha utilizado en un 29% de los casos. Prácticamente una de cada tres investigaciones que se realiza en el ámbito de la comunicación de las que se han analizado se hace con Análisis de contenido.

A estos 1001 casos de investigaciones que han aplicado el análisis de contenido en su aplicación más convencional, hay que sumar las 609 investigaciones que han aplicado técnicas de análisis del discurso. Si se parte de la definición del Análisis de Contenido que propuso Berelson (1952) hace 70 años como "la técnica para describir de una manera objetiva, sistemática y cuantitativa el contenido manifiesto de la comunicación", es posible distinguir otra manera de analizar los fenómenos comunicativos desde una perspectiva más cualitativa. De este modo, el análisis del discurso, en oposición al análisis de contenido, indaga en el contexto en el que se produce el texto, tanto en las intenciones del productor como en la reacción de la audiencia, así como en "el desarrollo del significado" (Neuendorf, 2004). Esta mirada más cualitativa también tiene una presencia notable en el estudio realizado: el 18% de las investigaciones analizadas utiliza el análisis del discurso.

Al protagonismo del análisis de contenido y del discurso se añade la utilización de las entrevistas en profundidad, en cualquiera de sus fórmulas, como técnica con cierto protagonismo en la investigación de comunicación. Su uso, en más de un 10% de las 3439 investigaciones realizadas, responde a su rentabilidad, son técnicas que no suponen demasiado coste ni son complicadas de aplicar y son muy productivas en términos de datos, pues ofrecen información de primera mano tanto de los protagonistas de los fenómenos comunicativos como de los profesionales o expertos de la comunicación.

**Gráfico 3: Principales técnicas de investigación utilizadas en la investigación en comunicación**



Fuente: elaboración propia

En menor caso se utilizan otras técnicas conversacionales de tipo cualitativo y, en este caso, de carácter grupal. La que más es el focus group, con 97 investigaciones que han recurrido a esta técnica de investigación, lo que representa un 2,8% de los casos en que se registran las técnicas de investigación.

Más protagonismo tienen las técnicas conversacionales de carácter cuantitativo, esto es, las encuestas. 346 investigaciones han utilizado los sondeos como técnica de investigación, ya sean encuestas de opinión, de actitudes, o de otro tipo. Las encuestas, técnica principal de otras ciencias sociales, como de la sociología, no tiene el mismo protagonismo en las ciencias de la comunicación, lo que indica cierta peculiaridad y especificidad metodológica, aunque han supuesto el 10% de las investigaciones en las que se han registrado las técnicas utilizadas: proyectos y artículos y tesis doctorales leídas en los últimos diez años.

#### 4. Discusión

Existe un elenco de manuales sobre métodos y técnicas de investigación en comunicación para que los investigadores apliquen esos procedimientos en sus investigaciones, pero existen menos trabajos que analicen los métodos concretos que utilizan las investigaciones en este campo, posiblemente por el disenso en la clasificación de métodos que se señalaba anteriormente, tal como señala Martínez Nicolás (2020: 398), que atribuye la escasez de estos diagnósticos sobre métodos y técnicas "a las divergencias en las categorías empleadas en los trabajos disponibles". Sea como fuere, este trabajo ha hecho el esfuerzo, compartido por otros trabajos, de intentar aportar un mejor conocimiento de la manera de investigar en el área que nos ocupa.

Y coincide con los otros trabajos en los resultados del estudio. De este modo, en este estudio se destaca el análisis de contenido como la principal técnica de investigación en comunicación, pues es la que más se utiliza, concretamente en el 29% de los casos, el mismo porcentaje que señalan Martínez Nicolás, Saperas y Carrasco (2019:59) mientras que en el estudio de Rodríguez Gómez, Goyanes y Rosique (2018: 236), aun siendo el análisis de contenido la técnica que más se utiliza, lo hace en el 9,4% de los casos.

Con respecto a la utilización del análisis del discurso, en el estudio que realizan Martínez Nicolás, Saperas y Carrasco (2019) sobre los artículos publicados en los últimos 25 años por las revistas indexadas, las que utilizan el análisis de contenido son "más del doble de los que lo hacen a cualquiera de las diferentes modalidades del análisis del discurso (sociológico, semiótico, argumentativo, narratológico, crítico, etc.), empleado en alrededor del 15% de los textos". En la presente investigación, la diferencia entre las dos técnicas de investigación de documentos no es tanta, pues el análisis del discurso se utiliza en el 18% de los casos, 11 puntos de diferencia con respecto al análisis de contenido, aunque si se atiende solamente a las revistas indexadas, como la investigación con la que se compara, la diferencia es más notable,

resultando no solo el doble, sino más del triple el uso la técnica cuantitativa con respecto a la técnica que analiza los mensajes de manera más cualitativa, lo cual evidencia cómo la metodología de investigación también difiere según el tipo de investigación de que se trate, de hecho también se observan diferencias en las investigaciones doctorales, que destacan por un mayor uso del análisis del discurso, la mitad de las que utilizan el análisis de contenido. Aunque no necesariamente tienen que ser distintas las investigaciones que utilizan una u otra técnica, el elevado porcentaje de investigaciones que utilizan estos métodos documentales junto con el elevado nivel de triangulación que se ha señalado, revelan que, como señala Vicente (2009), se produce la triangulación entre el análisis de contenido y el análisis del discurso, las dos técnicas que analizan la comunicación.

Del mismo modo se coincide con el estudio de López-Rabadán y Vicente, (2011:12) cuando señalan "la ausencia prácticamente absoluta de los diseños experimentales".

Con respecto a la utilización de otras técnicas, la investigación de Martínez Nicolás, Saperas y Carrasco (2019) señala también la encuesta como otra de las técnicas frecuentes en el estudio de fenómenos comunicativos, con un uso equivalente al del análisis del discurso, en torno al 15%, menor en el caso de este estudio, con el 10% de los casos, más en todo caso del porcentaje que se revela del estudio de Rodríguez Gómez, Goyanes y Rosique (2018: 236) que establecen un uso de la encuesta del 5,6%.

Aunque existen variaciones porcentuales, que responden a la selección de distintos corpus de análisis, todos los estudios coinciden en unas mismas pautas o patrones en la manera de investigar en comunicación que pasa por una mayor utilización de los métodos documentales sobre cualesquiera otros métodos de investigación, y especialmente del análisis de contenido como técnica principal para obtener los datos, esa sería la manera de enfrentarse a la metodología según las palabras de Moragas:

"la investigación de la comunicación de masas no puede inventarse un método propio para la investigación de sus contenidos y mensajes, lo que sí puede y debe hacer es enfrentar su temática específica con la metodología de cada ciencia social" (Moragas, 1981:21).

## 5. Conclusiones

La principal conclusión del estudio realizado, que reafirma la hipótesis de partida y coincide con otros estudios anteriores, es la utilización del análisis de contenido como principal técnica de investigación en los estudios sobre comunicación, al menos en los que se han estudiado en este caso. Al análisis de contenido le sigue, o le acompaña incluso en diseños metodológicos concretos dado el nivel de triangulación metodológica encontrado, el análisis del discurso, la estrategia de carácter más cualitativo que analiza los textos y sus contextos.

En todo caso, los métodos documentales son los más utilizados para investigar la comunicación, independientemente del tipo de investigación de que se trate, del tipo de comunicación que se investiga, de quién investigue o de los objetivos concretos que se proponga el estudio.

En la conformación del mapa de los métodos y técnicas de investigación utilizados en los estudios de comunicación de los últimos diez años se advierte que, además de estos métodos documentales, en una de cada cinco investigaciones se utilizan métodos conversacionales. La entrevista en profundidad es la técnica que más se utiliza cuando se opta por métodos conversacionales, aunque lo hace casi en la misma proporción que la técnica cuantitativa por excelencia: la encuesta. Este uso de la encuesta y el predominio del análisis de contenido indican que los diseños metodológicos cuantitativos priman sobre los de carácter cualitativo cuando se aborda la investigación de la comunicación, al menos en nuestro país.

## 6. Referencias bibliográficas

- [1] Aharony, N. (2012). Library and information science research areas: A content analysis of articles from the top 10 journals 2007-8. *Journal of librarianship and information science*, 44(1), 27-35. <https://doi.org/b6czpn>
- [2] Almiron, N. & Reig, R. (2007). The communications research in Spain: the Political Economy epistemological approach. *American Communication Journal*, 9(2). <https://bit.ly/3pGlgLk>
- [3] Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós.
- [4] Beltrán, M. (2000). *Perspectivas sociales y conocimiento*. Barcelona: Anthropos.

- [5] Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. New York: Free Press.
- [6] Bunge, M. (1979). *La investigación científica*. Barcelona, Ariel.
- [7] Caffarel, C.; Gaitán, J.A.; Lozano C. y Piñuel, J.L. (Eds.) (2018). *Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre comunicación*. Salamanca: Comunicación social.
- [8] Caffarel, C.; Ortega, F.; Gaitán, J.A. (2017). Investigación en Comunicación en la universidad española en el período 2007-2014. *El profesional de la información*, 26(2), 218-227. <https://doi.org/fjbt>
- [9] Campbells, D. y Stanley, J. (1979). *Diseños experimentales y cuasi experimentales en la investigación social*. Buenos Aires: Amorroutu Editores.
- [10] Echeverría, J. (1999). *Introducción a la metodología de la ciencia. La filosofía de la ciencia en el siglo XX*. Madrid: Cátedra.
- [11] Fernández Quijada, D. y Masip, P. (2013). Tres décadas de investigación española en comunicación: hacia la mayoría de edad. *Comunicar*, 41, 15- 24. <https://doi.org/xzc>
- [12] Ferran, N.; Guallar, J.; Abadal, E. & Server, A. (2017). Research methods and techniques in Spanish library and information science journals (2012-2014). *Information research*, 22(1). <https://bit.ly/3kDzSZ5>
- [13] Gaitán, J.A. y Piñuel, J.L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Madrid: Síntesis.
- [14] Gauchi, V. (2017). Estudio de los métodos de investigación y técnicas de recolección de datos utilizadas en bibliotecología y Ciencia de la Información. *Revista española de documentación científica*, 40(2). <https://doi.org/fjbv>
- [15] Grawitz, M., (1975). *Métodos y técnicas de las Ciencias Sociales*. Barcelona: Editorial Hispano Europea.
- [16] Ibañez, J. (1992). La guerra incruenta entre cuantitativistas y cualitativistas. En J. Ibañez y R. Reyes (Eds.), *Las Ciencias Sociales en España: Historia inmediata, crítica y perspectivas* (pp. 135-154). Madrid: Editorial Complutense.
- [17] Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Editorial Bosch.
- [18] Krippendorff, K. (1980). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- [19] López Rabadán, P. y Vicente, M. (2011). Métodos y técnicas de investigación dominantes en las revistas científicas españolas sobre comunicación (2000-2009). En J. Piñuel; C. Lozano, C. y A. García (Eds.), *Investigar la comunicación en España* (pp. 665-679). Madrid: Asociación Española de Investigación en la Comunicación.
- [20] Martínez Nicolás, M. (2006). Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento. *Anàlisi*, 33, 135-170. <https://bit.ly/3kD7dDI>
- [21] Martínez Nicolás, M. (2020). La investigación sobre comunicación en España (1985-2015). Contexto institucional, comunidad académica y producción científica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 383-414. <https://doi.org/fjbw>
- [22] Martínez Nicolás, M. y Saperas, E. (2011). La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, 101-129. <https://doi.org/b36hbh>
- [23] Martínez Nicolás, M.; Saperas, E. y Carrasco, A. (2019). La investigación sobre comunicación en España en los últimos 25 años (1990-2014). Objetos de estudio y métodos aplicados en los trabajos publicados en revistas españolas especializadas. *Empiria*, 42, 37-69. <https://doi.org/drnd>
- [24] Moragas, M. (1981) *Teoría de la comunicación. Estudios sobre los medios en América y Europa*. Barcelona, Gustavo Gili.
- [25] Neuendorf, K. (2004). Content Analysis:A contrast and Complement to discourse Analysis. *Qualitative Methods*, 2, 33-36. <https://doi.org/fjbx>
- [26] Rodríguez Gómez, E.; Goyanes, y Rosique, G. (2018). La investigación en comunicación en España: temporalidad laboral, producción intensiva y competitividad. *Communication & Society*, 31(4), 229-242. <https://bit.ly/2IPZC7d>

[27] Tramullas, J. (2020). Temas y métodos de investigación en Ciencia de la Información, 2000-2019. Revisión bibliográfica. *El profesional de la información*, 19(4). <https://doi.org/fjpbz>

[28] Valles, M. S. (2000). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Síntesis.

[29] Vasallo de Lopes, M.I. (1999). La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas. *Diálogos de la comunicación*, 56, 13-27. <https://bit.ly/3faqPOf>

[30] Vicente, M. (2009). Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso. La necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica. En F. Sierra (Coord.), *Iberoamérica: comunicación, cultura y desarrollo en la era digital*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

[31] Wimmer, R. D. y Dominick, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

## Agradecimientos

Investigación financiada por el proyecto de I+D+i: "Mapa de la Investigación en Comunicación en las Universidades Españolas de 2007 a 2018" (PGC2018-093358-B-I00, Ministerio de Ciencia e Innovación).

