Carmen Caffarel Serra
Juan Antonio Gaitán Moya
Carlos Lozano Ascencio
José Luis Piñuel Raigada
(Editores)

Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre comunicación

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones
SALAMANCA
2018

1ª edición: Salamanca (España), 2018.

Esta obra, tanto en su forma como en su contenido, está protegida por la Ley, que establece penas de prisión y multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaren, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización por escrito del titular de los derechos de explotación de la misma.

Diseño y producción gráfica: Pepa Peláez, Editora.

De esta edición:
Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, sello propiedad de:
© *by* Pedro J. Crespo, Editor (2018)

Contacto:
Sede Social: Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca.
Tlf: (+34) 923 626 722 y 980 588 175

Correo electrónico: info@comunicacionsocial.es
Sitio web: http://www.comunicacionsocial.es

ISBN: 978-84-15544-69-2

Depósito Legal: DL S 234-2018
Impreso en España. *Printed in Spain*

Sumario

Prólogo. La meta-investigación y la cartografía de datos..... 11

Parte i
La meta-investigación de MapCom:
cartografías de los usos metodológicos

1. Cartografía de los usos metodológicos en Tesis Doctorales y Proyectos I+D,
por Caffarel C.; Gaitán J.A.; Lozano, C.; Piñuel, J.L..... 19
Introducción: Criterios en la construcción del universo de tesis y proyectos I+D..... 19
a. Diseño del protocolo de análisis de Tesis y Proyectos..... 22
b. Resultado y discusión sobre tendencias metodológicas en Tesis y Proyectos I+D..... 23
c.1. Evolución por años de los Objetivos de la investigación asumidos por los Proyectos I+D y Tesis Doctorales, y según Autonomías. 23
c.2. Evolución por años de los Objetos de la investigación asumidos por los Proyectos I+D y Tesis Doctorales, y según Autonomías. 25
c.3. Evolución por años de las Técnicas dominantes de la investigación asumidos por los Proyectos I+D y Tesis Doctorales, y según Autonomías..... 26
Conclusión..... 41
Anexo 1. Guía para el registro y análisis de documentos del Proyecto I+D MapCom..... 42
Anexo 2. Libro de códigos para post-codificación de variables abiertas..... 49

2. Cartografía de los usos metodológicos en los debates de los investigadores,
por J.L. Piñuel Raigada; E. Morales Corral..... 51
Introducción: La técnica del Phillips 66 y la logística desarrollada..... 51
Análisis de los discursos: La técnica del Atlas-ti y la logística de elaboración e interpretación de datos..... 53
Diagrama general de los discursos de los investigadores en las plenarias del Phillips 66..... 54
Valoración negativa del estado de la cuestión..... 58
Precariedad de los grupos de Investigación..... 59
Inmadurez de la disciplina..... 59
Presiones profesionales al mundo académico..... 60
Conclusión: Breve resumen y Comentario praxeológico..... 61

3. Cartografía de los usos metodológicos en las respuestas a la Encuesta 2017 a investigadores universitarios en España,
por C. Caffarel; J.A. Gaitán; C. Lozano; J.L. Piñuel..... 63
Introducción: la Encuesta MapCom al censo de investigadores en Comunicación..... 63
Contextualización y metodología..... 63
El formulario de encuesta..... 65
Resultados y discusión de la Encuesta, a propósito de la fijación de objetivos de la investigación..... 66
Bibliografía..... 75

Parte 2
Antología de Comunicaciones presentadas en 2015 y 2017 a los Congresos Nacionales de Metodología de la Investigación de la AE-IC

Capítulo 4. Meta-investigación en Comunicación 85

4.1. La investigación investigada en comunicación. Estudios en universidades públicas y privadas frente a estudios de consultoría,
por J.L. Piñuel Raigada; C. Lozano Ascencio; J.A. Gaitán Moya 87
1. Antecedentes..... 88
1.1. El objeto de la comparación y las fuentes de los datos..... 89
2. Investigación universitaria (pública y privada) vs. estudios de consultoría..... 91
2.1. Género de los investigadores..... 91
2.2. El perfil de los investigadores universitarios reclamado en la investigación social y de mercado..... 92
2.3. La elección de los tópicos y los objetivos de la investigación..... 94
2.4. Las metodologías..... 97
2.4.1. Estrategias diversas de investigación y triangulación de técnicas..... 97
3. Discusión..... 99
Bibliografía..... 101
Anexo..... 103

4.2. Análisis de la investigación publicada en las revistas de comunicación con índice ESCI (Emerging Source Citation Index),
por Susana Miquel Segarra..... 109
1. Introducción..... 110
1.1. Journal of Citation Reports (JCR) y Emerging Sources Citation Index (ESCI)..... 111
1.2. Los estudios sobre la investigación en comunicación en España..... 112
2. Objetivos..... 114
3. Metodología..... 114
3.1. Universo..... 114

3.2. Muestra 114
3.3. Método de análisis 116
3.4. Instrumentos 116
4. Resultados 117
5. Conclusiones y discusión 124
Bibliografía 127

4.3. El régimen de autoría de la reciente investigación sobre Comunicación publicada en revistas científicas españolas (2008-2014),
por Manuel Martínez Nicolás; Rebeca Martínez Fernández 131
1. Introducción 132
2. Objetivos y método 136
2.1. Muestra y unidad de análisis 136
2.2. Instrumento y codificación 137
3. Resultados y discusión 137
3.1. Evolución del régimen de autoría 137
3.2. Tipo de colaboración entre autores españoles 140
3.3. Investigación financiada y régimen de autoría 142
4. Conclusión 144
Bibliografía 146

4.4. Los métodos empleados en la literatura científica de la revista The International Journal on Media Management,
por Nereida Cea Esteruelas 147
1. Introducción 148
2. Material y método 148
3. Literatura académica 151
4. Resultados 153
4.1. Datos básicos 153
4.2. Escenarios, mercados de la comunicación y líneas de investigación ... 154
4.3. Método y técnicas de investigación 157
5. Conclusiones 158
Bibliografía 160
Anexo 162

Capítulo 5. Formación e innovación metodológica 167

5.1. Metodologías Avanzadas de Investigación en Comunicación y Ciencias Sociales, la revolución de los instrumentos y los métodos, Qualtrics, Big Data, Web Data et al,
por Félix Ortega; Ana Azurmendi; Mercedes Muñoz-Saldaña 169
1. Introducción 170
2. Investigando la comunicación, de Mapcom.es al «futuro» 171
3. Objetivos de la investigación y casos de estudio 177
4. Casos Prácticos y Metodologías 177

5. Conclusiones *184*
Bibliografía *186*

5.2. Media Psychology: una nueva disciplina para comprender los procesos mediáticos,
por Emma Rodero; Lluís Mas; Olatz Larrea *189*
1. Introducción *189*
2. Historia de Media Psychology: ¿de dónde venimos? *190*
3. Fundamentos teóricos de Media Psychology *193*
3.1. Limited Capactiy Model *194*
3.2. Sistema Motivacional *195*
3.3. Respuestas embodied: orienting response, valence y arousal *196*
4. Crisis y paradigma de la Comunicación *197*
5. Conclusiones *200*
Bibliografía *201*

5.3. Construcción e interpretación de la comunicación intercultural en los informativos televisivos,
por L. García-Jiménez; A. Pineda; M. Rodrigo-Alsina *203*
1. Interculturalidad y televisión en España *204*
2. Metodología *206*
3. Resultados *208*
4. Conclusiones *212*
Bibliografía *214*

5.4. Los mapas como instrumento al servicio de la investigación en Ciencias Sociales. Potencialidades y usos de la cartografía online,
por M.P. Subires Mancera; J.J. Delgado Peña *217*
1. Cartografía, mapas y TIG en la Sociedad Red *218*
1.1. Cartografía y mapas: conceptos básicos *218*
1.2. Cartografía y TIG *219*
1.3. La cartografía como herramienta para la Geografía *221*
1.4. La Cartografía como herramienta en otras disciplinas. El desarrollo de la cartografía participativa o social *222*
2. Web 2.0, neografía y cartografía colaborativa *223*
3. Potencialidades y usos de los mapas online en el ámbito de las Ciencias Sociales. Estudio de casos *226*
3.1. Cartografía online y Ciencias Sociales. El uso del mapa como instrumento para la investigación *226*
3.2. Estudio de casos *228*
3.2.1. Mapa Infoparticip@ *228*
3.2.2. Mapa de iniciativas innovadoras en Internet en la provincia de Málaga *230*
4. Conclusiones *231*
Bibliografía *233*

Capítulo 6. Nuevos universos empíricos 235

6.1. Diseño metodológico para el estudio de la representación cinematográfica del fenómeno del cambio climático,
por David Vicente-Torrico 237
1. Introducción 238
2. Objetivos de la investigación 242
3. Desarrollo del modelo de análisis 242
3.1. Ficha técnica 242
3.2. Análisis temático 243
3.3. Análisis de personajes 246
3.4. Análisis de recursos estilísticos 246
4. Conclusiones 247
Bibliografía 249

6.2. El análisis de contenido y su aplicación a entornos web: un caso empírico,
por V. Piñeiro-Naval; J. J. Igartua;
F.J. Marañón-Lazcano; L. Alejandra Sánchez-Nuevo 253
1. Introducción: acercamiento teórico al análisis de contenido 254
1.1. El libro de códigos: herramienta principal del análisis de contenido .. 256
1.2. La fiabilidad del proceso de codificación 256
2. El análisis de contenido de sitios web 258
3. Descripción de un caso empírico 260
3.1. Muestra de contenidos 261
3.2. Categorías de análisis 264
3.3. Codificación y fiabilidad 264
4. A modo de conclusión 269
5. Agradecimientos 270
6. Bibliografía 270

6.3. Evaluación y mejora de la transparencia de las administraciones públicas locales: metodología Infoparticipa,
por A. Moreno-Sardà; M.T. Vera Balanza;
P. M. Molina Rodríguez-Navas; M. Corcoy Rius 273
1. Presentación: el proyecto Infoparticipa 274
2. El Mapa Infoparticipa: punto de partida teórico y objetivos 276
2.1. Punto de partida teórico 277
2.2. Objetivos 278
3. Metodologías 280
3.1. La conceptualización de la plataforma: la base de datos y los instrumentos para hacer visibles los resultados 280
3.2. El análisis de las webs: el control de calidad 282
3.3. La promoción y el seguimiento de las mejoras: el Sello Infoparticipa. 283
3.4. El trabajo de investigación realizado por un equipo distribuido territorialmente, en red y de forma cooperativa 284

4. Conclusiones: aportaciones del Mapa Infoparticipa a la cultura de la transparencia y a la mejora de la Información de las webs de las administraciones públicas locales 285
Bibliografía 286

6.4. Estudio de caso sobre desconexión de medios durante 24 horas en jóvenes universitarios españoles,
por María Dolores Cáceres Zapatero; Enrique Morales Corral 287
1. Introducción 288
2. Objetivos y metodología 289
3. Resultados del estudio 291
3.1 Análisis Cuantitativo 291
3.2 Análisis Cualitativo 294
3.2.1. La desconexión como trauma 295
3.2.2. Reconexión: la vuelta a la normalidad 296
3.2.3 ¿Qué hemos aprendido de la experiencia? 297
3.2.4. Explicación Descriptores sobre la Valoración personal de la Experiencia 298
4. Conclusiones 299
Bibliografía 30