

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

**Tendencias metodológicas
en la investigación académica
sobre comunicación**



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*

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, <i>por Caffarel C.; Gaitán J.A.; Lozano, C.; Piñuel, J.L.....</i>	19
<i>Introducción: Criterios en la construcción del universo de tesis y proyectos I+D.....</i>	<i>19</i>
<i>a. Diseño del protocolo de análisis de Tesis y Proyectos.....</i>	<i>22</i>
<i>b. Resultado y discusión sobre tendencias metodológicas en Tesis y Proyectos I+D.....</i>	<i>23</i>
<i>c.1. Evolución por años de los Objetivos de la investigación asumidos por los Proyectos I+D y Tesis Doctorales, y según Autonomías.....</i>	<i>23</i>
<i>c.2. Evolución por años de los Objetos de la investigación asumidos por los Proyectos I+D y Tesis Doctorales, y según Autonomías.....</i>	<i>25</i>
<i>c.3. Evolución por años de las Técnicas dominantes de la investigación asumidos por los Proyectos I+D y Tesis Doctorales, y según Autonomías.....</i>	<i>26</i>
<i>Conclusión.....</i>	<i>41</i>
<i>Anexo 1. Guía para el registro y análisis de documentos del Proyecto I+D MapCom.....</i>	<i>42</i>
<i>Anexo 2. Libro de códigos para post-codificación de variables abiertas.....</i>	<i>49</i>
2. Cartografía de los usos metodológicos en los debates de los investigadores, <i>por J.L. Piñuel Raigada; E. Morales Corral.....</i>	51
<i>Introducción: La técnica del Phillips 66 y la logística desarrollada.....</i>	<i>51</i>
<i>Análisis de los discursos: La técnica del Atlas-ti y la logística de elaboración e interpretación de datos.....</i>	<i>53</i>
<i>Diagrama general de los discursos de los investigadores en las plenarios del Phillips 66.....</i>	<i>54</i>
<i>Valoración negativa del estado de la cuestión.....</i>	<i>58</i>
<i>Precariedad de los grupos de Investigación.....</i>	<i>59</i>
<i>Inmadurez de la disciplina.....</i>	<i>59</i>
<i>Presiones profesionales al mundo académico.....</i>	<i>60</i>
<i>Conclusión: Breve resumen y Comentario praxeológico.....</i>	<i>61</i>

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

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,	
<i>por J.L. Piñuel Raigada; C. Lozano Ascencio; J.A. Gaitán Moya</i>	<i>87</i>
<i>1. Antecedentes</i>	<i>88</i>
<i>1.1. El objeto de la comparación y las fuentes de los datos.....</i>	<i>89</i>
<i>2. Investigación universitaria (pública y privada) vs. estudios de consultoría.....</i>	<i>91</i>
<i>2.1. Género de los investigadores.....</i>	<i>91</i>
<i>2.2. El perfil de los investigadores universitarios reclamado en la investigación social y de mercado</i>	<i>92</i>
<i>2.3. La elección de los tópicos y los objetivos de la investigación.....</i>	<i>94</i>
<i>2.4. Las metodologías</i>	<i>97</i>
<i>2.4.1. Estrategias diversas de investigación y triangulación de técnicas.....</i>	<i>97</i>
<i>3. Discusión.....</i>	<i>99</i>
<i>Bibliografía.....</i>	<i>101</i>
<i>Anexo</i>	<i>103</i>
4.2. Análisis de la investigación publicada en las revistas de comunicación con índice ESCI (Emerging Source Citation Index),	
<i>por Susana Miquel Segarra.....</i>	<i>109</i>
<i>1. Introducción</i>	<i>110</i>
<i>1.1. Journal of Citation Reports (JCR) y Emerging Sources Citation Index (ESCI)</i>	<i>111</i>
<i>1.2. Los estudios sobre la investigación en comunicación en España.....</i>	<i>112</i>
<i>2. Objetivos</i>	<i>114</i>
<i>3. Metodología.....</i>	<i>114</i>
<i>3.1. Universo.....</i>	<i>114</i>

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 Capacity 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,	
<i>por David Vicente-Torrico.....</i>	237
1. <i>Introducción.....</i>	238
2. <i>Objetivos de la investigación.....</i>	242
3. <i>Desarrollo del modelo de análisis</i>	242
3.1. <i>Ficha técnica.....</i>	242
3.2. <i>Análisis temático.....</i>	243
3.3. <i>Análisis de personajes.....</i>	246
3.4. <i>Análisis de recursos estilísticos.....</i>	246
4. <i>Conclusiones.....</i>	247
<i>Bibliografía.....</i>	249
6.2. El análisis de contenido y su aplicación a entornos web: un caso empírico,	
<i>por V. Piñeiro-Naval; J. J. Igartua;</i>	
<i>F.J. Marañón-Lazcano; L. Alejandra Sánchez-Nuevo.....</i>	253
1. <i>Introducción: acercamiento teórico al análisis de contenido.....</i>	254
1.1. <i>El libro de códigos: herramienta principal del análisis de contenido</i>	256
1.2. <i>La fiabilidad del proceso de codificación</i>	256
2. <i>El análisis de contenido de sitios web.....</i>	258
3. <i>Descripción de un caso empírico.....</i>	260
3.1. <i>Muestra de contenidos.....</i>	261
3.2. <i>Categorías de análisis</i>	264
3.3. <i>Codificación y fiabilidad.....</i>	264
4. <i>A modo de conclusión.....</i>	269
5. <i>Agradecimientos</i>	270
6. <i>Bibliografía</i>	270
6.3. Evaluación y mejora de la transparencia de las administraciones públicas locales: metodología Infoparticipa,	
<i>por A. Moreno-Sardà; M. T. Vera Balanza;</i>	
<i>P. M. Molina Rodríguez-Navas; M. Corcoy Rius</i>	273
1. <i>Presentación: el proyecto Infoparticipa.....</i>	274
2. <i>El Mapa Infoparticipa: punto de partida teórico y objetivos.....</i>	276
2.1. <i>Punto de partida teórico.....</i>	277
2.2. <i>Objetivos.....</i>	278
3. <i>Metodologías</i>	280
3.1. <i>La conceptualización de la plataforma: la base de datos y los instrumentos para hacer visibles los resultados.....</i>	280
3.2. <i>El análisis de las webs: el control de calidad.....</i>	282
3.3. <i>La promoción y el seguimiento de las mejoras: el Sello Infoparticipa.....</i>	283
3.4. <i>El trabajo de investigación realizado por un equipo distribuido territorialmente, en red y de forma cooperativa</i>	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, <i>por María Dolores Cáceres Zapatero; Enrique Morales Corral</i>	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