

Mapa de los grupos de investigación en comunicación en España

Map of communication research groups in Spain

Gloria Gómez-Escalonilla. Universidad Rey Juan Carlos. España.

gloria.gomezescalonilla@urjc.es

[CV]  

Carmen Caffarel Serra. Universidad Rey Juan Carlos. España.

carmen.caffarel@urjc.es

[CV]  

El presente texto nace en el marco del proyecto MAPCOM “Mapa de la Investigación en Comunicación en las Universidades Españolas de 2007 a 2018” (PGC2018-093358-B-100, Ministerio de Ciencia e Innovación)

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

Gomez Escalonilla, G. & Caffarel Serra, C. (2022). Mapa de los grupos de investigación en comunicación en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 1-19.
<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1513>

RESUMEN

La universidad española, desde hace más de una década, apoya la creación de grupos de investigación en el ámbito de las ciencias sociales para que articulen proyectos de investigación, en especial competitivos nacionales o internacionales, para que forjen líneas consolidadas de investigación y para garantizar la calidad y la excelencia en la investigación. De este empeño institucional han ido surgiendo en las diferentes disciplinas numerosos grupos de investigación con más o menos actividad e investigación en su haber, tanto en el ámbito nacional como en el internacional. Al igual que en otros campos, también en las ciencias de la comunicación se puede encontrar un elenco considerable de grupos de investigación. Los resultados del estudio realizado contabilizan un total de 213 grupos en todo el territorio nacional dedicados a investigar algún aspecto de los fenómenos comunicativos. De cada uno de estos grupos se han analizado 17 variables para conocer sus principales características y su actividad investigadora. De este modo, además de analizar quién o quiénes dirigen el grupo, su composición y desde qué universidad desarrollan su actividad, también se analizan las líneas principales de investigación y los proyectos y publicaciones que han realizado en los últimos diez años. Las principales conclusiones ratifican los resultados obtenidos en otros estudios que analizan otros aspectos de la investigación en comunicación: se constata cierta brecha de género, pues los grupos los dirigen más los hombres que las mujeres; y se detecta cierto centralismo territorial que privilegia las ciudades principales de la geografía española (Madrid y Barcelona).

PALABRAS CLAVE: Grupos de investigación; Comunicación; Investigación; Investigación en comunicación; Género; Universidades.

ABSTRACT

The Spanish university, for more than a decade, has supported the creation of research groups in the field of social sciences that articulate research projects of a certain size to forge consolidated lines of

research and guarantee quality and excellence in research. From this institutional endeavor, numerous research groups with more or less activity and research have emerged in the different disciplines, both nationally and internationally. As in other fields, a considerable number of research groups can be found in communication sciences as well. The results of the study carried out include a total of 213 groups throughout the national territory dedicated to investigating some aspect of communicative phenomena. From each of these groups, 17 variables have been analyzed to find out their main characteristics and their research activity. In this way, in addition to analyzing who or who leads the group, its composition and from which university they carry out their activity, the main lines of research and the projects and publications they have carried out in the last ten years are also analyzed. The main conclusions confirm the results obtained in other studies that analyze other aspects of communication research: a certain gender gap is found, since the groups are directed more by men than by researchers; and a certain territorial centralism is detected that privileges the main cities of the Spanish geography (Madrid and Barcelona).

KEYWORDS: Research groups; Communication; Research in communication; gender; Universities.

CONTENIDO

1. Introducción. 2. Objetivos. 3. Metodología. 4. Resultados. 5. Discusión 6. Conclusiones. 7. Referencias.

1. Introducción

La Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en su artículo 40.2 indica que “La investigación, sin perjuicio de la libre creación y organización por las Universidades de las estructuras que, para su desarrollo, las mismas determinen y de la libre investigación individual se llevará a cabo, principalmente, en grupos de investigación, Departamentos e Institutos Universitarios de Investigación”. Y más adelante en el artículo 83.1 señala que los grupos de investigación reconocidos por la Universidad “podrán celebrar contratos con personas, Universidades o entidades públicas y privadas para la realización de trabajos de carácter científico, técnico o artístico, así como para el desarrollo de enseñanzas de especialización o actividades específicas de formación”. (Ministerio de Educación, Cultura y deporte: 24/12/2001). Es decir, la ley aún hoy vigente coloca a los grupos de investigación al mismo nivel que los departamentos e Institutos universitarios.

Del mismo modo, y recogiendo el mandato de la ley, los estatutos de las Universidades españolas recogen en sus articulados las obligaciones que deben llevar a cabo los grupos a la vez que desarrollan de forma más pormenorizada sus cometidos, su vigencia, cómo ha de ser su formalización respecto al número de profesores, dependencia orgánica, etc. La importancia, al menos en el papel, que las Universidades otorgan a los grupos de investigación radica en que las universidades solicitan una evaluación externa (ANECA, Instituciones regionales, etc.) de los grupos para determinar su rango, que es organizado de diferente modo por cada Universidad.¹

Esta contribución se inserta en los estudios de metainvestigación, línea que ha cobrado mucha fuerza en los últimos años. En los primeros inicios, en la década de los 90, varias investigaciones estudiaron el estado de la investigación en comunicación en España cuando apenas existían Facultades de Comunicación, Caffarel *et al.* (1989), Cáceres y Caffarel (1993), Jones (1994, 1998), pero es en estas dos últimas décadas donde hay literatura abundante que analiza el estado de la investigación en

¹ Por ejemplo, la UCM distribuye los grupos en cuatro categorías: excelente, bueno, aceptable y cuestionable, en tanto que la URJC lo hace en tres categorías: de alto rendimiento, consolidados y emergentes.

comunicación, de la que sólo referenciamos textos que hablan del caso español: Almirón y Reig (2007); Arcila *et al.* (2013); Caffarel *et al.* (2017 y 2018 b y c); Fernández y Masip (2013); López Escobar y Martín Algarra (2016); Gaitán *et al.* (2018); Lozano *et al.* (2020); Martínez Nicolás (2009); Martínez Nicolás y Saperas (2016); Peñafiel *et al.* (2019); Rodrigo Alsina y García Jiménez (2010); Saperas (2016), De las Heras *et al.* (2018), entre otros. Encontramos también abundante literatura sobre desarrollos parciales de la Metainvestigación en Comunicación, estudiando diferentes soportes: los proyectos de investigación competitivos: Barranquero y Limón (2017); Gaitán *et al.* (2016); las tesis doctorales: Blázquez (2015); Delgado *et al.* (2006); Jones *et al.* (2000); Repiso *et al.* (2011); el estudio de los artículos científicos en revistas indexadas: López P. y Vicente, M (2011); Martínez Nicolás y Saperas (2011), o las contribuciones a congresos de comunicación: Rodríguez Gómez (2016); Gómez-Escalonilla e Izquierdo Iranzo (2020).

Para el estudio de los grupos de investigación en España cabe destacar: Izquierdo *et al.* (2008); Torres y Ramahí (2013), Tur Viñes y Núñez (2018). Estas últimas autoras ponen en evidencia la escasa tradición de estudios sobre grupos en el ámbito de las Ciencias Sociales y en nuestro caso en Comunicación, siendo mucho más frecuentes en otras áreas, especialmente en las biosanitarias, del mismo modo que los investigadores en comunicación reclaman estos espacios para el desarrollo de su trabajo y solicitan a las autoridades académicas y a las instituciones encargadas del fomento de la investigación que doten a los grupos de mayor presencia institucional (Caffarel *et al.*, 2018a) ya que no suelen estar representados en Juntas de Facultad, Juntas de Gobierno, Claustros, comisiones de investigación, a pesar de que, como decíamos antes, su figura está recogida en la norma general y autonómica que regula el funcionamiento de las Universidades. Cabe señalar que en el reciente documento publicado por el Ministerio de Ciencia e Innovación para definir la estrategia de la ciencia, la tecnología y la innovación en los próximos seis años, hay una sola mención a los grupos de investigación y es para reivindicarlos como lugares en los que se puedan aprovechar las infraestructuras disponibles para la ciencia y su difusión (Ministerio de Ciencia e Innovación, 2020).

2. Objetivos

El principal objetivo de este trabajo es estudiar los grupos de investigación en comunicación en las universidades españolas públicas y privadas que ofrecen grados o postgrados en comunicación. El acotamiento del objeto, grupos de investigación, se enmarca a su vez en el Proyecto I+D+i “Mapas de la investigación en comunicación en las Universidades españolas de 2007-2018”. MapCom (PGC: 2018-093358-B-I00), cuya finalidad es establecer un mapa interactivo de la Metainvestigación en comunicación en España desde 2007 a 2018 a partir del repertorio y análisis de los siguientes documentos: tesis doctorales, proyectos i+D competitivos, artículos científicos publicados en las revistas de mayor impacto en Comunicación, libros referenciados en esos años, ponencias presentadas a los congresos de la AEIC en el mismo periodo temporal y, finalmente, un repositorio de los grupos de investigación en Comunicación en España. En el proyecto I+D “El Sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de comunicación. Mapa de Proyectos, Grupos, Líneas, Objetos de estudio y Métodos. (MapCom)”, antecedente del actual MapCom, ya se estudiaron, aunque en un marco temporal menor (2007-2013), algunos de estos documentos, en concreto las tesis doctorales y los proyectos i+D, en tanto que los artículos científicos, libros referenciados y contribuciones a congresos son objetos de estudio específicos de este proyecto actual. Por lo que respecta al estudio de los grupos, se dio la coincidencia de que otra investigación liderada por Victoria Tur y Patricia Núñez (2018) abordó el estudio de los grupos siguiendo la metodología de áreas geográficas planteada por MapCom, cuyo resultado fue un repositorio de grupos de investigación en España, incluido en la web de MapCom que ofrece todos sus repertorios de datos en abierto (www.mapcom.es). Ese repositorio de grupos ha sido actualizado en el marco del proyecto actual “Mapas de la investigación en comunicación en las Universidades españolas de

2007-2018” ya que algunos de los grupos ya no están activos y han aparecido otros nuevos. Un antecedente de este trabajo fue la reunión de FUGIC (Foro Universitario de Grupos de investigación en comunicación) que, en el marco del proyecto MapCom, se realizó en la URJC en marzo de 2019, Foro en el que los grupos debatieron los problemas e inquietudes que tenían, en tanto que grupos para realizar su actividad investigadora (Lozano *et al.*, 2021).

Así pues, la presente contribución actualiza los datos y pretende identificar y analizar, desde diferentes perspectivas, los grupos de investigación en las Universidades españolas que ofrecen grados o posgrados en comunicación. Además de conocer la cantidad de grupos que operan en el territorio español, es interesante conocer la distribución de esos grupos por universidades y Comunidades Autónomas, también conocer el peso de profesores y profesoras en su composición, así como el género de quien se propone como investigador principal o director/a del grupo en cuestión. Asimismo se analiza su actividad, tanto las líneas de investigación que siguen como el número de publicaciones y proyectos de investigación realizados por los grupos censados.

3. Metodología

Nuestro objetivo es analizar los grupos, que bajo el epígrafe *grupos de investigación* están alojados en las webs institucionales de las universidades española públicas y privadas con estudios de Comunicación. Para ello, durante los meses de enero a abril de 2020, se procedió a una búsqueda exhaustiva de los grupos de investigación en comunicación en las webs de las Universidades que ofrecen grados o postgrados en comunicación. En España hay 55 universidades que imparten grados y postgrados en Comunicación repartidas en 15 Comunidades Autónomas (quedan fuera Asturias y Cantabria por no tener estudios de comunicación).

La primera dificultad fue constatar que las universidades alojan en sus webs a los grupos de investigación de múltiples formas; o bien los grupos están adscritos al vicerrectorado de investigación, o bien están alojados en las páginas de investigación de las Facultades, o bien en los propios departamentos, por lo cual se amplió la búsqueda a estos tres niveles. Universidad: referenciando sólo aquellos grupos que pertenecían a estudios de comunicación, independientemente del área de conocimiento, criterio de búsqueda que utilizaron Tur y Núñez (2018) para elaborar su repositorio; Facultades de Comunicación en sus diferentes nomenclaturas (Ciencias de la Comunicación, Ciencias de la Información, Ciencias Sociales y de la Comunicación, etc.) y en tercer lugar buscamos en los departamentos, en muchos de los cuales están referenciados los grupos de investigación a los que pertenecen sus profesores.

Así obtuvimos un repositorio de grupos que procedimos a analizar a partir de la información que proporcionaba la universidad o la propia web del grupo, a la que pudimos acceder, en el caso de su existencia, por tres caminos: por los enlaces al grupo que ponían las universidades (no demasiado habitual), por la información institucional de los grupos que proporcionaba la página web de la universidad correspondiente y, en tercer lugar, haciendo una búsqueda del título del grupo en Google que nos llevaba, si existía, a su página web.

Una vez que obtuvimos el repositorio de grupos, se procedió al vaciado de 17 variables más dos de control interno, variables para identificar el nombre del grupo, acrónimo, Universidad, Comunidad Autónoma., nombre del director/ra o responsable del grupo, número de miembros, cuántos de la universidad, cuántos de otra institución española o extranjera, género del responsable y del equipo, líneas de investigación, publicaciones y proyectos competitivos europeos y nacionales concedidos en los últimos 10 años, ya que éste es el marco temporal que propone el proyecto en el que trabajamos y en el que se inscribe esta aportación.

Una vez realizado el vaciado, para garantizar la fiabilidad de los datos se procedió a escribir un correo electrónico a los responsables de los grupos pidiéndoles la información que faltaba, lo que permitió, por un lado, eliminar los grupos “muertos”, es decir, sin actividad; y por otro, completar y depurar la base de datos. Finalmente se obtuvo un censo de 213 grupos de investigación en comunicación en las universidades españolas con estudios de comunicación.

Para la explotación de los datos hemos utilizado las herramientas SPSS Statistics y Microsoft Excel para el análisis cuantitativo de las variables de identificación de los grupos: nombre del grupo, Universidad de adscripción, naturaleza pública o privada de la Universidad, Comunidad Autónoma, Nombre del director, Género del director, Número de miembros del grupo, porcentaje en género de sus miembros, miembros externos a la Universidad, dirección web. Para las variables de producción y transferencia de investigación, hemos cruzado los datos de adscripción con el número de proyectos I+D competitivos europeos y nacionales. En este sentido cabe señalar que sólo se han tenido en cuenta los proyectos que estaban identificados con su filiación: Ministerio u organismo correspondiente, número de identificación y año/s, descartando aquellos que los grupos señalan como proyectos competitivos sin poner su afiliación. En caso de dudas, el nombre del proyecto se ha contrastado con la base de proyectos I+D+i que otro subgrupo del proyecto MapCom ha elaborado durante los últimos seis meses.

Para el análisis de las líneas de investigación se ha seguido una estrategia más cualitativa al encontrar una mayor diversidad de casos, pues cada grupo define sus ámbitos de estudio a su manera. Esta falta de homogeneidad en la definición de las líneas de investigación dificulta la manera de conocer y caracterizar los grupos y su actividad investigadora, resolviendo la compleja casuística con un análisis que ha tratado de agrupar ámbitos parecidos re-categorizando líneas propuestas relacionadas con un mismo tema o campo disciplinar, lo que ha permitido diferenciar y caracterizar unos grupos de otros en función de lo que investigan.

4. Resultados

En España hay un total de 55 Universidades públicas y privadas que imparten grados en comunicación repartidas en 15 Comunidades Autónomas. Del análisis de sus webs, a partir de la búsqueda de grupos de investigación, se han identificado 46 que sí tienen grupos, es decir un 83,6%. En principio este dato avala la importancia que tanto la ley de Universidades como otras leyes de rango inferior (autonómicas) y los propios estatutos de las universidades otorgan a los grupos de investigación.

4.1. Grupos y Universidades y Comunidades Autónomas

Se han identificado un total de 213 grupos en 46 universidades. No todas las universidades tienen el mismo número de grupos de investigación. Destaca, tal como señala la Tabla 1, la Universidad Complutense de Madrid con 37 grupos, que tiene 10 grupos más que la suma de grupos de las universidades Autónoma de Barcelona y de Sevilla, segunda y tercera universidad con mayor número de grupos y que son las universidades públicas más antiguas con estudios de comunicación, lo que explicaría la consolidación del mayor número de grupos. También la Universidad CEU Cardenal Herrera ocupa un puesto en el Ranking de universidades, pues tiene 10 grupos de investigación, aun siendo privada. Les sigue en posición las universidades de Alicante, Granada, Murcia, País Vasco y la Universidad Francisco de Vitoria que tienen 7 grupos cada una, y a escasa distancia la Pompeu Fabra, la Ramón Llull, el CEU San Pablo y la Universidad Rey Juan Carlos, con 6 grupos de investigación en cada una de las universidades que se han mencionado. Cinco grupos

tienen la Universidad de Castilla La Mancha, la de Valladolid y la Jaume I, seguidas de las universidades de Málaga, Navarra, Carlos III, Católica San Antonio de Murcia, Salamanca, Oberta de Catalunya y Universidad Internacional de la Rioja con 4 grupos de investigación operando en estas universidades. Tres grupos cada una aportan las universidades gallegas (Vigo, Santiago y A Coruña) y la Pontificia de Salamanca y la de San Jorge, mientras que aportan dos grupos cada una Nebrija, la de Burgos, la Universidad de Vic, la de Zaragoza y la Universidad Miguel Hernández de Elche. A estas Universidades habría que añadir con un solo grupo las siguientes: Universidad a Distancia de Madrid, Abat Oliba, Cádiz, Deusto, Extremadura, Girona, Huelva, La Laguna, Valencia, Europea Miguel de Cervantes, Internacional de Cataluña y Rovira Virgili

Tabla 1. *Ranking de Universidades con mayor número de grupos de investigación*

Posición	Universidad	Nº de grupos
1	U. COMPLUTENSE DE MADRID	37
2	U. AUTÓNOMA DE BARCELONA	16
3	U. DE SEVILLA	11
4	U. CEU CARDENAL HERRERA	10
5	U. DE ALICANTE U. DE GRANADA U. DE MURCIA U. DEL PAÍS VASCO/EHU U. FRANCISCO DE VITORIA	7
6	U. CEU SAN PABLO U. POMPEU FABRA U. RAMON LLULL U. REY JUAN CARLOS	6

Atendiendo a la titularidad pública o privada de las universidades se observa que 17 universidades son privadas computando 58 grupos, es decir un 27% del total, en tanto que las 29 universidades públicas aportan 155 grupos, casi un 73%. La media de grupos en las universidades privadas está en el 3,4 mientras que en la pública la media sería de 5,3 grupos por universidad. A partir de esta media hay que destacar que, de las 13 Universidades que tienen más de 6 grupos de investigación, 4 son universidades privadas: Universidad Cardenal Herrera Oria que, con 10 grupos, ocupa la cuarta posición; y la U. Francisco de Vitoria la 5ª con 7 grupos, y la CEU San Pablo y la U. Ramón Llull que con 6 grupos se colocan en la 6ª posición. Más adelante veremos que son estas universidades, las privadas, las que menor número de proyectos de investigación competitivos obtienen.

En el análisis se ha tenido en cuenta la distribución de los grupos de investigación por universidades, agrupadas en sus Comunidades Autónomas; esta variable, al igual que ocurre en el resto de documentos analizados en el Proyecto MapCom, permite su traslación a mapas interactivos tal y como se hizo en el primer proyecto que finalizó su análisis longitudinal en 2013.

Tabla 2. *Distribución por Comunidades Autónomas*

Posición	Comunidad Autónoma	Nº de grupos
1.	Comunidad de Madrid	65
2.	Catalunya	38
3.	Comunidad Valenciana	25
4.	Andalucía	24
5.	Castilla y León	15
6.	Región de Murcia	10
7.	Galicia	9
8.	País Vasco	8
9.	Aragón	5
10.	Castilla La Mancha	5
11.	Navarra	4
12.	La Rioja	4
13.	Extremadura	1

La primera Comunidad Autónoma en número de grupos, no en número de universidades, es la Comunidad Autónoma de Madrid con 63 grupos consolidados de investigación. Esta cifra se reparte en 7 universidades, 4 privadas y 3 públicas, y es en la Universidad Complutense de Madrid en la que se concentran el mayor número de grupos: 37 (58,7%), 10 grupos más que la suma de los que aportan las otras universidades de la Comunidad. En segundo lugar, se coloca la Comunidad Autónoma de Cataluña con 38 grupos de investigación y con las mismas características que la de Madrid, ya que una sola Universidad, la Autónoma de Barcelona, congrega 16 de los 38 grupos (un 42%), aunque en esta Comunidad, el número de universidades es mayor: 9 frente a las 7 de Madrid. La Comunidad Valenciana, con 25 grupos, ocupa la tercera posición, con un número menor de universidades: 5, y la Comunidad de Andalucía ocupa el cuarto lugar con 24 grupos distribuidos también en 5 universidades, entre las cuales Sevilla destaca con un 45%.

Lógicamente en la medida en que disminuye el número de universidades por CC.AA. disminuye también el número de grupos, aunque la proporcionalidad respecto al número de universidades no sea la misma. Destaca, por ejemplo, la Comunidad de Murcia en la que sus 10 grupos se distribuyen entre dos Universidades.

4.2. Grupos y género

Si tenemos en cuenta la variable género del director/a del grupo encontramos los siguientes resultados en el Gráfico 1 a partir de la codificación en tres categorías: Mujer, Hombre o ambos en el caso que haya más de un director y sean de diferente género.

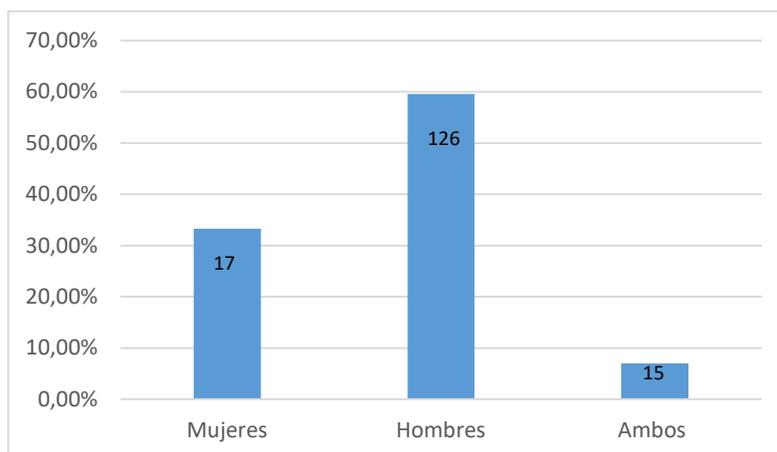


Gráfico 1: *Porcentaje de grupos por género*

Ni siquiera sumando los 17 grupos dirigidos por mujeres y los 15 grupos dirigidos por “ambos” se llega a la paridad: hay 126 grupos (59,6%) de grupos dirigidos por hombres frente a un 33,3 % de grupos dirigidos sólo por mujeres o por ambos (7%).

Si tenemos en cuenta el número de miembros del grupo en función de la variable género, se han distinguido cinco categorías: Todos o casi todos hombres; Todas o casi todas mujeres, Paridad (50% hombres y mujeres); Hombres en minoría (menor o igual a un 33% de hombres) y Mujeres en minoría (menor o igual a un 33% de mujeres). Los resultados se muestran en el gráfico 2, con la salvedad de que en 6 grupos de investigación no hemos podido analizar esta variable porque no identifican los nombres de los miembros del grupo.

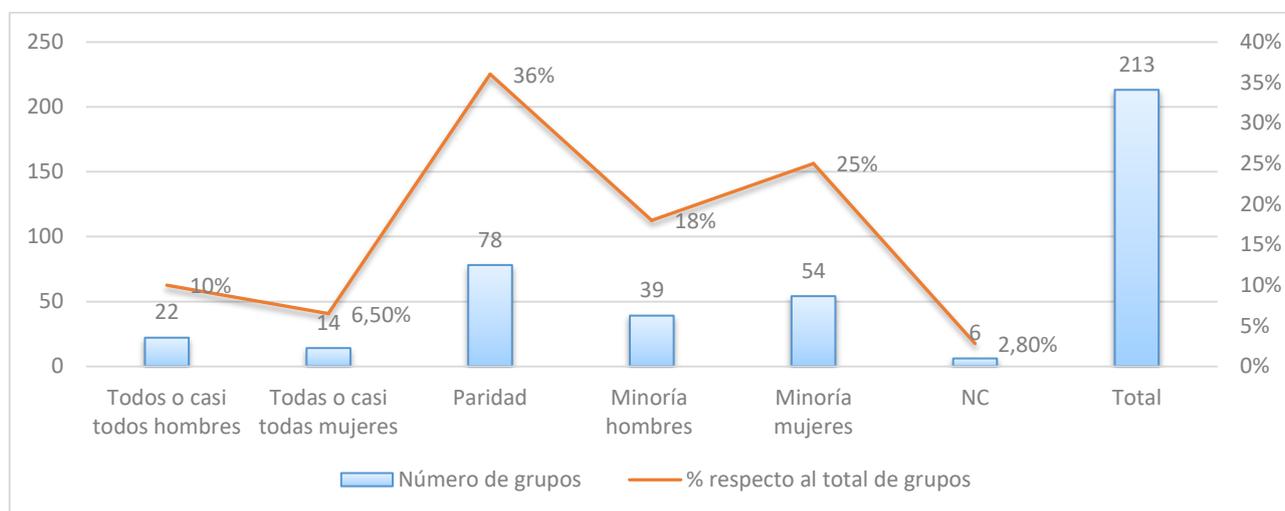


Gráfico 2: *Presencia de hombres vs mujeres en la composición del grupo*

La paridad en los equipos de investigación se alcanza tan sólo en un 36% de los grupos respecto al total de los mismos, una cifra muy por debajo de la recomendada por el programa Horizonte 2020 de la Unión Europea que aboga por la igualdad de género en la investigación (Horizonte 2020), si a eso unimos que un 10% de los grupos no tienen mujeres en sus equipos o que en otro 25% las mujeres representan tan sólo el 33% o menos del equipo, el panorama es desolador.

Si relacionamos el número de hombres y mujeres que conforman los grupos de investigación en función del género de su responsable/director obtenemos los siguientes datos reflejados en el Gráfico3.

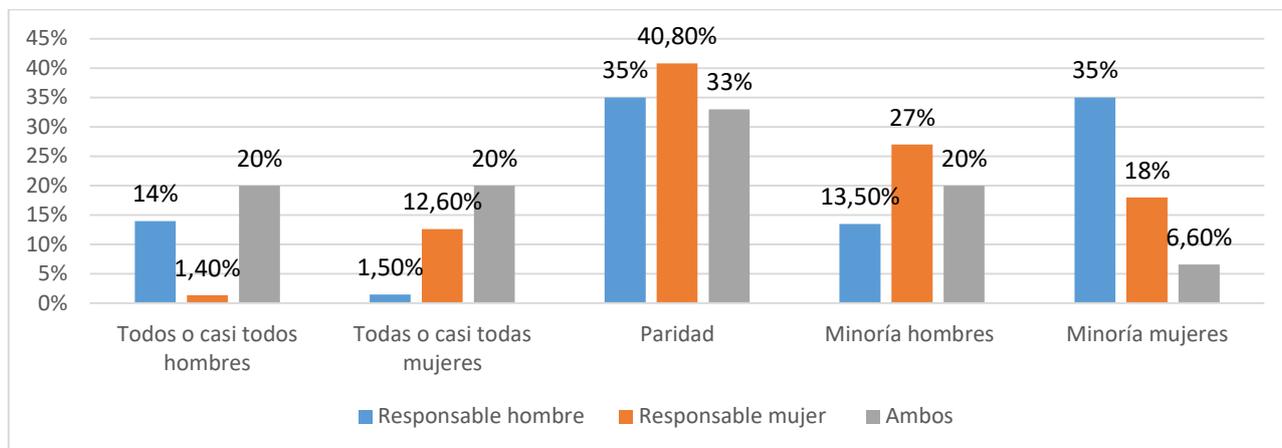


Gráfico 3. Porcentaje de mujeres en el grupo en relación al género del responsable

Cuando la dirección del grupo está en manos de un hombre, éste se inclina en un porcentaje mayor a que sus grupos estén formados por casi todos hombres (14%) o por una minoría de mujeres (35%), las mujeres directoras también manifiestan esta tendencia pero en menor medida ya que un 12% de mujeres eligen grupos totalmente femeninos, frente al 14% de hombres que eligen grupos masculinos, y con un 27% eligen que haya un número menor al 33% de hombres frente al 35% de grupos que presentan esta característica de tener minoría de mujeres cuando el director es hombre. Es decir, las directoras discriminan menos por género que los directores de grupo.

4.3. Grupos y proyectos competitivos nacionales y europeos

Puesto que estamos analizando los grupos de investigación en comunicación en la Universidad española, parece interesante cruzar estos grupos con su actividad investigadora reflejada en sus páginas webs. Desde este punto de vista tenemos en cuenta los proyectos competitivos europeos y los proyectos i+D de convocatorias nacionales. No se han considerado los proyectos concedidos por las CC.AA. porque al ser convocatorias distintas no permitirían un análisis comparado entre los grupos de distintas universidades y, por ende, de diferentes comunidades.

Tabla3. Número y porcentaje de proyectos competitivos (nacionales y europeos)

Total nº de grupos	Nº grupos que obtienen proyectos I+D+i europeos	Nº de grupos que obtienen Proyectos I+D+i nacionales
213	38	118
100%	18%	55%

Del universo de 213 grupos, 175 (82%), no tienen ni han tenido en los últimos doce años proyectos competitivos de investigación europeos, y tan sólo 38, con un 18%, han obtenido proyectos de investigación europeos, aunque se distribuyen por universidades y CC.AA. de diferente modo. Cataluña, con 12 proyectos europeos y con 6 universidades, es la Comunidad que ocupa el primer lugar. Llama la atención, por el contrario, la Comunidad Autónoma de Madrid en la que tan solo 3 grupos de 3 universidades (Complutense, Rey Juan Carlos y CEU) han obtenido proyectos europeos.

Por centros, destacan con más de 8 proyectos europeos tres universidades: Salamanca, Complutense de Madrid y Oberta de Cataluña. El resto, 35 grupos, tienen referenciados en sus webs menos de 5 proyectos europeos, aunque cabe destacar que los grupos de la Universidad de Granada, al igual que los de la Universidad de Valladolid, cuentan con 5 proyectos europeos.

Se entiende que los proyectos I+D de convocatorias estatales significan el reconocimiento de mayor prestigio de la labor investigadora, puesto que se requiere competir por la concesión de financiación pública asignado a las universidades para cubrir los gastos y los proyectos son seleccionados mediante evaluación por pares a través de la Agencia Estatal de Investigación. Del análisis de los proyectos competitivos que los grupos de investigación referencian en sus webs, vemos que aumenta el número de grupos que han conseguido proyectos I+D en las diferentes convocatorias estatales, en comparación con los proyectos europeos arriba mencionados. Las categorías que hemos utilizado para la codificación de los datos han sido “ninguno”, “hasta cuatro”, “hasta ocho”, “hasta doce” y “hasta diez y seis”. 118 grupos de investigación sí han conseguido algún proyecto I+D estatal, y de los 95 grupos restantes, 77 grupos han obtenido hasta 4 proyectos I+D, otros 12 grupos hasta 8 proyectos, 2 grupos hasta 12 y finalmente 4 grupos de investigación han obtenido hasta 16 proyectos, con un total de 214 proyectos identificados en la base de datos con el número de referencia de la Agencia estatal.

En el proyecto MapCom1, ya finalizado, se identificaron y estudiaron 315 proyectos nacionales concedidos entre 2007 a 2018 (Lozano *et al.*, 2020) a través de los datos facilitados por el Ministerio. En este artículo hemos estudiado los proyectos nacionales que los grupos declaran haber obtenido en sus webs y que documentan con el número de referencia, y, que como acabamos de señalar, son 214. Por tanto 101 proyectos que no se han solicitado, o por lo menos no consta, en el seno de un grupo de investigación, este dato lleva a pensar que no siempre es el grupo de investigación el que habitualmente solicita y obtiene la concesión de proyectos competitivos.

De un análisis más pormenorizado de los proyectos concedidos a los grupos de investigación en comunicación en España se obtienen los siguientes datos significativos. Los grupos que dicen no tener proyectos competitivos nacionales son los mismos, salvo cuatro, que tampoco tienen proyectos europeos. Por el contrario, de los 38 grupos que tienen concedidos proyectos europeos también tienen, y en mayor cantidad (más de 16, más de 12, más de 8), proyectos competitivos estatales. 61 grupos de investigación señalan haber obtenido algún proyecto nacional y ninguno europeo.

Del análisis general de cotejar los grupos de investigación con la investigación reconocida en proyectos competitivos europeos y/o nacionales se puede concluir que el tener un grupo consolidado de investigación no es un requisito necesario para obtener proyectos competitivos cuando, por el contrario, podría pensarse que es en el seno de esos grupos donde hay trabajo en común y líneas de investigación compartidas que facilitarían los requisitos burocráticos y, sobre todo, de trayectoria y fondo para obtener esos proyectos.

4.4. Grupos y líneas de investigación

Como se ha comentado en la metodología, el análisis de las líneas de investigación de los grupos ha representado un reto para su estudio dada la diversidad existente, pues cada grupo identifica sus líneas de investigación a su manera, por lo que varía tanto su número, en algunos casos más de 10 temas, como su propia definición. Para poder caracterizar los grupos según esas líneas y conocer lo que investigan se ha procedido a clasificar esta casuística diferenciando los grupos en función de la homogeneidad o dispersión en sus líneas de investigación agrupando, en un segundo momento, la

variedad temática en ámbitos concretos que permitan caracterizar esa investigación de los grupos españoles.

Y lo primero que se puede distinguir es que hay grupos que no identifican sus líneas de investigación. En total 20, lo que constituye algo más del 9% del total de los 213 grupos registrados, cifra que, aunque sea mínima, tiene que interpretarse en relación con el objetivo principal de los grupos de investigación, que es investigar. Si se crean para investigar y no tienen líneas de investigación hay que cuestionar su actividad. Ciertamente que el que no señalen las líneas de investigación no significa que no las tengan, también puede ser que no las publiquen, de hecho, la mayoría de ellos no tiene página web, y, aun teniéndola, hay grupos que no publican en su web sus líneas de investigación, como han señalado Claes *et al.* (2021). Cabría interpretar este hecho porque estos grupos hayan sido creados “ad hoc” con una suma de profesores que no tienen tradición de trabajo conjunto, sino que se reúnen por algún interés especial, como presentarse a una convocatoria específica y, por tanto, no tienen tanto interés en definir sus campos de trabajo. Apoya este argumento el hecho de que solo 4 de estos grupos hayan realizado algún proyecto I+D+i y solo 2 alguno europeo. Pero lo más evidente de su escasa actividad es que más de la mitad de esos grupos no tiene ninguna publicación, cuando además suelen ser grupos numerosos, pues 12 grupos tienen más de 9 miembros e incluso 5 más de 15. Si grupos con más de 15 profesores señalan que no tienen ninguna publicación, es más probable que sea porque no lo especifican a que realmente no publiquen nada. Estos grupos que no identifican sus líneas mayoritariamente son dirigidos por un profesor, solo 6 por profesoras, y son de diversas universidades, aunque significativamente hay que destacar los 6 grupos de la Universidad de Granada, a los que hay que sumar los tres de la Universidad Autónoma de Barcelona, los 2 de la Universidad de Málaga, otros dos de la Universidad de Zaragoza y dos más de la Universidad Rey Juan Carlos, el resto se reparte entre otras universidades españolas.

Una segunda clasificación de grupos según sus líneas de investigación lo constituyen grupos que investigan ámbitos que no se centran en la comunicación. En total se han computado 18. En algunos casos se justifica por la delimitación fronteriza del campo disciplinar, por ejemplo, los 5 grupos que tienen líneas de investigación propias de la documentación o los 4 relacionados con el arte. También hay otros dos centrados en temas propios de la antropología, dos sobre el urbanismo, otros dos grupos centrados en aspectos exclusivamente económicos y otros relacionados con enfermedades, la religión o las drogas. La existencia de estos grupos que investigan objetos tan distintos se puede explicar porque pueden investigar aspectos relacionados con estos tópicos en los medios, o bien que investiguen estos temas tan alejados porque pertenezcan a departamentos de otras áreas que se adscriben a Facultades de Ciencias de la Comunicación, porque imparten docencia en esos grados, aunque su actividad investigadora y su referencia disciplinar se aleje de los fenómenos comunicativos. Esto indica que en la conformación del mapa de los grupos de investigación se tiene que tener en cuenta no tanto el centro o facultad donde se adscriban los grupos sino las investigaciones que realizan.

El resto de grupos sí que investigan fenómenos comunicativos, es decir, investigaciones que se centran en aspectos directamente relacionados con la comunicación de masas, en las organizaciones o en el ámbito de la comunicación interpersonal. Dentro de estos grupos que investigan la comunicación es posible distinguir los que tienen una línea definida y cuyas propuestas se relacionan en menor o mayor medida con esa línea, manteniendo cierta coherencia con los proyectos en los que los miembros han trabajado, de otros grupos cuyas líneas de investigación están conformadas por una amalgama de propuestas temáticas muy dispares entre sí, de tal modo que un mismo grupo puede investigar: la influencia de la comunicación, la comunicación en las organizaciones, las nuevas tecnologías, el marco ético-jurídico de la comunicación y las narrativas audiovisuales; u otro grupo un abanico tan amplio de temas como: infancia, meta-investigación, comunicación empresarial,

internet, difusión científica, comunicación y discapacitados, empresa local, mayores, responsabilidad corporativa, estudios de percepción e influencia o calidad del audiovisual. Así sucede en cerca de 70 grupos, un tercio del total. Ello puede responder a la confluencia, en un mismo grupo, de más de un equipo de investigación, profesores del grupo que trabajan coyunturalmente en un proyecto determinado, tal como sugieren Rey Rocha *et al.* (2008). Pero es más probable que cuando las líneas de investigación son numerosas y muy distintas entre sí no refieran en realidad las líneas del grupo, entendiéndolas como los intereses que comparten los profesores en común, sino la suma de las inquietudes individuales o los ámbitos de especialización de los miembros. Ello evidencia la dinámica actual a la hora de conformar los grupos de investigación primando el número de participantes y no tanto el aunar intereses y especialidades comunes. De hecho, estos grupos suelen ser numerosos, pues solo 10 tienen menos de 7 miembros, el resto más, incluso 8 tienen más de 15 profesores, que suelen ser además varones, pues son muy minoritarios los que están dirigidos por mujeres y apenas 10 en los que existe paridad o priman en su composición las profesoras.

Aunque esta dinámica de agrupamiento de profesores existe, son más los grupos que identifican una o dos líneas claras de investigación en sus esfuerzos investigadores, ámbitos que constituyen los principales ejes de la investigación de los grupos españoles. Entre esos ámbitos están los tres campos disciplinares que dividen actualmente la comunicación, pues es posible distinguir entre las líneas de investigación aquellas más centradas en periodismo de aquellas que analizan fenómenos propios del ámbito audiovisual o de las relaciones públicas y la publicidad.

De este modo se distinguen 25 grupos que se centran en diversos aspectos del periodismo: deontología profesional, fuentes de información, análisis del mensaje periodístico, periodismo internacional, científico, político, géneros, ciberperiodismo o aquellos que se plantean cuestiones de la calidad de la información. En la caracterización de estos grupos no se advierte ninguna pauta clara en lo que afecta a universidad, comunidad autónoma o características de su composición, salvo que se detecta cierta preeminencia de los profesores varones sobre las mujeres, pues ellas solo dirigen 9 grupos, el resto lo dirigen profesores varones, salvo dos, que mantienen dirección mixta.

Por lo que respecta al ámbito audiovisual, son 18 los grupos que señalan como líneas de investigación aspectos relacionados bien con aspectos teóricos, “Teoría del texto audiovisual”; bien metodológicos, “Metodología de análisis de textos audiovisuales”, o algún aspecto más concreto de los medios audiovisuales, como la línea que investiga las “Técnicas y estrategias de la programación televisiva” o “Narrativa y guion audiovisuales” o la que se centra en investigación de audiencias o el “Análisis iconográfico y textual en fotografía, cine y televisión”. Otras líneas abordan el estudio de los videojuegos, de la televisión o los cuatro grupos que analizan específicamente el medio cinematográfico. La mayoría de estos grupos de investigación que se centran en el audiovisual se caracterizan por tener más de 10 publicaciones, pero pocos proyectos de investigación, solo 3 grupos tienen proyectos europeos y 5 proyectos nacionales, lo que da pistas sobre que esta línea no es muy competitiva aunque sí productiva a nivel de publicaciones. También destaca Madrid, 7 grupos madrileños investigan el audiovisual, de cualquiera de las tres universidades públicas que ofrecen titulaciones de comunicación o de algún centro privado incluso. También destaca el peso de la dirección masculina, pues solo uno lo dirige una mujer y otro tiene una dirección paritaria.

Prácticamente existe la misma proporción de grupos que se especializan en publicidad y relaciones públicas, 17 en concreto, más en el ámbito de la publicidad que en el de las relaciones públicas, aunque los hay que abordan ambos ámbitos, centrándose, por ejemplo, en estrategia, neuromarketing, responsabilidad social, calidad publicitaria, creatividad, planificación o audiencias y mensajes. En estos grupos cuyas líneas de investigación se centran en la publicidad y las relaciones públicas priman más las mujeres, tanto en la dirección como en su composición.

Además de las tres áreas que dividen las líneas de investigación de los grupos de manera correlativa a como lo hacen los estudios de comunicación, existen otras líneas que caracterizan los campos de trabajo de los grupos de investigación en comunicación en nuestro país. Una de estas líneas de trabajo es la que concentra las investigaciones desde la perspectiva crítica, pues se han detectado 9 grupos de investigación dedicados a investigar desde esta línea de investigación. El otro tema que concentra la actividad investigadora de los grupos de investigación son los fenómenos relacionados con la educación, lo que algún grupo denomina “Educomunicación”, pues once grupos se centran en estos aspectos donde la comunicación sirve a intereses educativos (uso de TIC en la educación, de los medios audiovisuales en los entornos educativos...) o por lo menos interfiere en la educación (influencia de la comunicación en la educación, alfabetización digital o competencia comunicativa de los educadores). Otra de las líneas de investigación que destacan de entre las que siguen los grupos de comunicación son los fenómenos relacionados con la comunicación y las nuevas tecnologías. Este lado más tecnológico, donde se abordan temas como la brecha digital, tecnopolítica, analítica web, redes sociales, TIC y medios de comunicación, entre otras, es la línea de investigación que siguen 6 grupos de investigación.

Se añaden a estas líneas de investigación otros temas más concretos que concentran el esfuerzo investigador de otros grupos. De este modo se pueden computar cuatro que abordan temas de identidad, otros cuatro de historia de la comunicación y otros cuatro específicamente de *marketing*. A estos temas que caracterizan la investigación de estos grupos hay que añadir otros 4 grupos de investigación que se centran en investigar cuestiones de ética de la comunicación, estos últimos destacan porque están dirigidos por mujeres. También dirigidos por mujeres son los 4 grupos cuyas líneas de investigación están centradas únicamente en analizar la comunicación desde la perspectiva de género, aunque en un caso cuentan con un tercio de varones en su composición, en dos grupos hay paridad y el cuarto, el de la Universidad Complutense, es de mujeres.

5. Discusión

El género es una variable que aparece en muchos de los trabajos de investigación, al menos en CC Sociales, siguiendo las recomendaciones del programa Horizonte 2020 de la Unión Europea, en las que insta a que en las investigaciones científicas el tema de género sea un elemento esencial y transversal. En España encontramos textos parecidos, Otero Hermida *et al.* (2020); Sánchez de Madariaga (2011).

Por ello podemos comparar el resultado obtenido de este acercamiento con el que han presentado otras aproximaciones a la meta-investigación analizando esta perspectiva de género. Pues bien, el porcentaje de un 33% de grupos de investigación dirigido por mujeres que se obtiene en este estudio se relaciona con la media de 29,2% de proyectos I+D dirigidos también por mujeres (Lozano *et al.*, 2020). Por tanto, se puede observar el techo de cristal denunciado en otros textos (Martín Algarra *et al.*, 2018; Caffarel *et al.*, 2018c); Izquierdo *et al.*, 2020) en los que se pone en evidencia que las mujeres Ips. son minoritarias frente a los hombres Ips, cuando, además, ser IP de un proyecto competitivo nacional es un mérito muy reconocido por la Academia. Así pues, se produce más discriminación de género en los niveles más altos de la investigación científica, como son los proyectos y los grupos de investigación, y no tanto en los niveles más bajos, como en las tesis doctorales y en las comunicaciones, donde se ha constatado que se logra el equilibrio (Gómez-Escalonilla e Izquierdo Iranzo, 2020).

Además de la distribución de género, se pueden comparar los resultados obtenidos en este estudio con otras aproximaciones realizadas anteriormente, como la realizada por Torres y Ramahí (2013).

En lo que respecta al censo, en el estudio de Torres y Ramahí se registraron 87 grupos de investigación, cifra considerablemente inferior a la registrada en nuestro estudio: 213. Esta diferencia puede responder a la evolución temporal, pues en cuatro años los grupos de investigación han crecido en España, pero también a que en la aproximación de estas autoras solo se consideran los grupos de investigación de las universidades públicas y aquí se han considerado también los centros privados que representan el 27% del total.

También se pueden comparar las líneas de investigación, puesto que en la investigación de Torres y Ramahí (2013) optan también por agrupar las diferentes propuestas temáticas en diferentes categorías, aunque utilizando una clasificación diferente. A pesar de ello, se pueden establecer comparaciones; así por ejemplo, el porcentaje de grupos que se centran en temas propios del periodismo representan en la investigación realizada por Torres y Ramahí un 7%, mientras que en el presente estudio representa un 12%, aunque en aquella investigación se distinguieron como líneas de investigación tanto las teorías como la comunicación aplicada, ámbitos que han quedado en nuestra aproximación distribuidos en función del área de que se tratara. En todo caso, el porcentaje de grupos que se dedican al periodismo frente al audiovisual es mayor en nuestro acotamiento mientras que en la aproximación de Torres y Ramahí supera el audiovisual (20%) a las temáticas periodísticas. En un caso y en otro, los grupos que se enfocan por líneas centradas en la publicidad y las relaciones públicas son minoritarios, y más los que investigan la publicidad que las relaciones públicas. También se coincide en el peso de los grupos que abordan la comunicación desde la perspectiva crítica, denominada por las autoras *la línea de las industrias culturales*.

6. Conclusiones

El estudio realizado permite advertir la importancia de los grupos de investigación de las facultades o centros con estudios de comunicación cuando se analiza la situación de la investigación en comunicación en nuestro país, pues representan una cifra significativa a tener en cuenta: 213 grupos registrados en 46 universidades de toda la geografía nacional.

Aunque se reparten por todo el territorio, no todos los centros son iguales en cuanto a número de grupos se refiere. Destaca, desde ese punto de vista, la Universidad Complutense (Comunidad de Madrid), la Universidad Autónoma de Barcelona (Cataluña) y la Universidad de Sevilla (Andalucía) pues son las tres universidades que tienen mayor número de grupos, respectivamente: 37, 16 y 11, cifras que se explican porque estas tres universidades, junto con la Universidad de Navarra, de gestión privada, fueron las que primero crearon Facultades de Comunicación y, por tanto, su consolidación es mayor. También por su ubicación geográfica, puesto que las Comunidades de Madrid, Cataluña, Valencia y Andalucía son las que aportan mayor número de grupos; ello es debido a dos causas: el número de universidades de cada una de estas comunidades, que es mayor, y que cada una de ellas aporta con una única universidad, Complutense en el caso de Madrid, Autónoma de Barcelona en Cataluña, Sevilla en Andalucía y Herrera Oria en Valencia, un 35% del total de grupos analizados. Y es que la cuarta posición del ranking es para la Universidad CEU Cardenal Herrera Oria, con 10 grupos de investigación, primera universidad privada en número de grupos de investigación.

Aunque el CEU de Valencia destaca por el número de grupos, el resto de universidades privadas también aportan su cuota, porque le siguen la Francisco de Vitoria, con 7 grupos y el CEU San Pablo y la Ramón Llull con 6 grupos cada uno, ocupando respectivamente la 4ª, 5ª y 6ª posición del ranking general, representando todos los centros privados el 27% del total de grupos analizados.

De las universidades privadas que están en el Top, la Francisco de Vitoria no aporta ningún proyecto competitivo nacional y/o europeo de investigación, la CEU San Pablo solo un proyecto nacional de uno de sus 6 grupos y, salvo la Ramón LLull, así como la Cardenal Herrera Oria, que tienen al 50% de sus grupos con proyectos competitivos, son grupos con escasa actividad investigadora. Tampoco los grupos de las universidades públicas tienen demasiada actividad a nivel nacional o internacional, pues tan sólo 38 grupos, 18% del total, han obtenido algún proyecto competitivo europeo y 118 grupos, un 55% del total, aportan proyectos competitivos nacionales.

Así pues, prácticamente la mitad de los grupos no tienen proyectos nacionales, e incluso muchos de ellos no cuentan con publicaciones, ni siquiera con líneas de investigación, o las definen con una amalgama de objetos que sugieren una mera adicción de investigaciones particulares y no una línea consolidada y estable compartida entre todos. Todo ello permite concluir que muchos de los grupos de investigación registrados no tienen una actividad estable, sino que tienen ese carácter coyuntural de haber sido creados “ad hoc” con una suma de profesores que no tienen tradición de trabajo en común, sino que se reúnen por algún interés especial, como puede ser el presentarse a una convocatoria específica o contar en las estadísticas. En este sentido se puede decir que más que grupos de investigación son realmente profesores agrupados, y no precisamente pocos puesto que priman los grupos numerosos superando en muchos casos los 15 miembros en cada grupo. Baste señalar, sin embargo, que la mayoría muestra una pauta de aunar en torno a unos intereses comunes el esfuerzo investigador, lo que es un buen síntoma del estado de la investigación en este campo, dada la atomización con que se ha investigado hasta ahora y la necesidad actual por conformar programas o entidades más estables que permitan competir en mejores condiciones tanto a nivel nacional como a nivel europeo o mundial.

Y si España sigue la senda que marcan las directrices de política científica consolidando grupos de investigación en el campo de la comunicación, también lo debería hacer en materia de igualdad, pues los grupos liderados por mujeres son minoritarios frente a los dirigidos por varones, evidenciando una vez más que no se cumplen en la universidad española los criterios que, para los equipos de investigación, legisla la Unión Europea a través del documento Horizonte 2020.

Este escaso porcentaje de mujeres directoras de grupos, un 33%, evidencia en realidad un techo de cristal en la investigación, puesto que la desigualdad se produce en los niveles superiores de la investigación científica, en cátedras, dirección de grupos o proyectos I+D+i, y se está igualando en tesis doctorales, comunicaciones presentadas a congresos o cuerpos docentes universitarios de menor nivel. Además de representar una discriminación, la escasa dirección de mujeres de los grupos tiene también otras consecuencias para los equipos investigadores, pues se ha constatado que los grupos de investigación tienen una descompensación menor para la mujer cuando son dirigidos por mujeres, frente a los grupos dirigidos por hombres que suelen, a su vez, tener mayoría de varones en sus equipos, lo que agudiza y lo hará en el futuro esas diferencias de género en el acceso a la ciencia.

7. Referencias

- Almirón, N. y Reig, R. (2007). The communications research in Spain: The political economy epistemological approach. *American Communication Journal* 9(2). <https://idus.us.es/handle/11441/28229>
- Arcila, C., Piñuel, J. L. y Calderín, M. (2013). The e-Research on Media & Communications: Attitudes, Tools and Practices in Latin America Researchers. [La e-investigación de la Comunicación: actitudes, herramientas y prácticas en investigadores iberoamericanos]. *Comunicar*, 40, 111-118. <https://doi.org/10.3916/C40-2013-03-01>

- Barranquero, A. y Limón, N. (2017). Objetos y métodos dominantes en comunicación para el desarrollo y el cambio social en las Tesis y Proyectos de Investigación en España (2007-2013). Dominant objects and methods in communication for development and social change in Spanish PhD thesis and research projects (2007-2013). *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 1-25. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1151>
- Blázquez, M. (2015). *Tesis Doctorales en las Universidades Españolas durante el periodo 1977-2014*. <http://mblazquez.es/tesis-doctorales-en-las-universidades-espanolas-durante-el-periodo-1977-2014/>
- Cáceres, M. D. y Caffarel, C. (1993). La investigación sobre comunicación en España. Un balance cualitativo. *Telos*, (32), 109-124. <https://bit.ly/3qrUnwd>
- Caffarel, C., Domínguez, M. y Romano, V. (1989). El estado de la investigación de comunicación en España (1978-1987). *C.I.N.CO. Cuadernos de Investigación en Comunicación*, 3, 45-57.
- Caffarel, C., Gaitán, J. A., Lozano, C. y Piñuel, J. L. (2018a). La investigación en comunicación en España: un problema para sus investigadores en Aarón Rodríguez y Samuel Gil Soldevilla, *Investigar en la era neoliberal. Visiones críticas sobre la investigación en comunicación en España*. Colección Aldea Global.
- Caffarel, C., Ortega, F. y Gaitán, J. A. (2017). Investigación en Comunicación en la Universidad Española en el periodo 2007-2014. Communication studies research within Spanish universities spanning the years 2007 to 2014, *El profesional de la información*, 26(2), 218-227. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.08>
- Caffarel, C., Ortega, F. y Gaitán, J. A. (2018b). La Investigación en Comunicación en España: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Communication research in Spain: Weaknesses, threats, strengths and opportunities, *Comunicar*, 56, 61-70. <https://doi.org/10.3916/C56-2018-06>
- Caffarel, C., Izquierdo, P. y Núñez Puente, S. (2018c). ¿Cómo investiga la mujer cuando investiga sobre la mujer en comunicación?, en Rodríguez Rodrigo, Estrella (Coord): *Propuestas de investigación en áreas de vanguardia*. Tecnos, ed. Universitaria. 73-86.
- Claes, F., Barranquero, A. y Rodríguez-Gómez, E. (2021). Proyección y transferencia de los grupos de investigación de la Comunicación en España a partir del análisis de sus sitios web. *Profesional de la información*, 30(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.24>
- De las Heras, C., Martel, T., y Jambrino, C. (2018). Análisis de las redes académicas y tendencias científicas de la comunicación en las universidades españolas. *Revista Prisma Social*, 22, 229-246. <https://bit.ly/3zX71rB>
- Delgado López-Cozar, E., Torres Salinas, D., Jiménez-Contreras, E. y Ruiz-Pérez, R. (2006). Análisis bibliométrico y de redes sociales aplicado a las tesis bibliométricas defendidas en España (1976-2002): temas, escuelas científicas y redes académicas. *Revista española de documentación científica*, 29(4), 493- 524. <https://doi.org/10.3989/redc.2006.v29.i4.306>

- Fernández, D. y Masip, P. (2013). Tres décadas de investigación española en comunicación: hacia la mayoría de edad, [Three Decades of Spanish Communication Research: Towards Legal Age] *Comunicar*, 41, 15-24. <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-01>
- Gaitán, J. A., Caffarel, C., Lozano, C. y Piñuel, 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. <https://doi.org/10.5209/CIYC.60910>
- Gaitán, J. A., Lozano, C. y Piñuel, J. L. (2016). Prospectiva de la investigación sobre TV a partir de los Proyectos I+D y Tesis doctorales de 2007 a 2013 en las Facultades españolas de comunicación. *Revista de la Asociación Española de Comunicación*, 6(3), 51-59. <https://doi.org/10.24137/raeic.3.6.7>
- Gómez-Escalonilla, G. e Izquierdo-Iranzo, P. (2020). Contribuciones científicas presentadas en los congresos de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (2007-2018). Papers presented at the conferences of the Spanish Association for Communication Research (2007-2018), *Profesional de la información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.40>
- Horizonte 2020. Igualdad de género en la investigación y la innovación. <https://bit.ly/3zXbY3w>
- Izquierdo Iranzo, P., Gaitán Moya, J. A. y Caffarel-Serra, C. (2020). Mapa de la mujer como sujeto y objeto de la investigación en comunicación en España. *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 37, 31-52. <https://doi.org/10.2436/20.3008.01.189>
- Izquierdo, M., Moreno, L. M. e Izquierdo, J. M. (2008). Grupos de investigación en contextos organizacionales académicos: una reflexión sobre los procesos de cambio y los retos futuros. *Investigación bibliotecológica*, 22(44), 103-141. <http://www.scielo.org.mx/pdf/ib/v22n44/v22n44a7.pdf>
- Jones, D. E. (1994). *Investigació sobre comunicació al'Espanya dels noranta*. Centre d'Investigació de la Comunicació i Universitat Autònoma de Barcelona. Cultura y comunicación social: América Latina y Europa Ibérica. Generalitat de Catalunya.
- Jones, D. E. (1998): Investigación sobre comunicación en España. Evolución y perspectivas, *ZER, revista de Estudios de Comunicación*, 5, 13-51.
- Jones, D. E., Baró, J., Landa, C. y Ontalba, J. A. (2000). *Investigación sobre comunicación en España: aproximación bibliométrica a las tesis doctorales (1926-1998)*. ComCat.
- López, P. y Vicente, M. (2011). Métodos y técnicas de investigación dominantes en las revistas científicas españolas sobre comunicación (2000-2009). En José Luis Piñuel, Carlos Lozano y Alberto García (Eds.): *Investigar la comunicación en España*, AE-IC/URJC, 665-679.
- López-Escobar, E. y Martín Algarra, M. (2016). Communication teaching and research in Spain the calm and the storm, *Publizistik* (2017), 62, 83-105. <https://doi.org/10.1007/s11616-016-0306-4>
- Lozano, C., Gaitán, J. A., Caffarel, C. y Piñuel, J. L. (2020). Una década de investigación universitaria sobre Comunicación en España, 2007-2018. A decade of scholarly research on Communication in Spain (2007-2018), *El Profesional de la Información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.12>

- Lozano, C., Gaitán, J. A., Piñuel, J. L. y Caffarel, C. (2021). Los grupos de investigación consolidados en la praxeología de la Comunicación. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 8(15), 119-142. <https://doi.org/10.24137/raeic.8.15.6>
- Martín Algarra, M. L., Serrano-Puche, J. y Rebolledo, M. (2018). La mujer en la investigación en comunicación en España: un análisis de la producción científica (2007-2013). *adComunica*, 15, 65-87. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2018.15.5>
- Martínez Nicolás, M. (2009). La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales. [The Communication Research in Spain. Historical evolution and current challenges]. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 1-14. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-800-01-14>
- Martínez Nicolás, M. y Saperas, E. (2011). La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas. Communication research in Spain, 1998-2007. An analysis of papers published in Spanish communication journals, *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, 101-129. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-926-101-129>
- Martínez Nicolás, M. y Saperas, E. (2016). Objetos de estudio y orientación metodológica de la reciente investigación sobre comunicación en España (2008-2014). Research focus and methodological features in the recent Spanish communication studies (2008-2014), *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 1.365- 1.384. <https://doi.org/10.4185/rlds-2016-1150>
- Ministerio de Educación, Cultura y deporte (2001): Ley de Universidades, ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. «BOE» núm. 307, de 24 de diciembre de 2001.
- Ministerio de Ciencia e Innovación (2020). EECTI, Estrategia española de ciencia, tecnología e innovación (2021-2027). <https://www.um.es/documents/1718090/18815392/EECTI-2021-2027.pdf/3d5a599b-49bb-444c-924d-bcdacffd250e>
- Otero Hermida, P., Cañibano Sánchez, C. y Castro Martínez, E. (2020). *Mujeres e innovación 2020, Observatorio mujeres, ciencia e innovación*. Ministerio de Ciencia e Innovación.
- Peñafiel, C., Ronco, J., Videla, J. y Echegaray, L. (2019). 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, *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1521- 1541. DOI: [10.4185/RLCS-2019-1397](https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1397)
- Repiso, R., Delgado, E. y Torres, D. (2011). Análisis bibliométrico y de redes sociales en tesis doctorales españolas sobre televisión (1976/2007). Bibliometric and social network analysis applied to television dissertations presented in Spain (1976/2007). *Comunicar*, 37(XIX), 151-159. <http://dx.doi.org/10.3916/C37-2011-03-07>
- Rey Rocha, J., Martín Sempere, M. J., y Sebastián, J. (2008). Estructura y dinámica de los grupos de investigación. *Arbor*, 184(732), 743-757. <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/219/220>

- Rodrigo-Alsina, M. y García-Jiménez, L. (2010). Communication theory and research in Spain: A paradigmatic case of a socio-humanistic discipline. *European journal of communication*, 25(3), 273-286. <https://doi.org/10.1177/0267323110373458>
- Rodríguez-Gómez, E. (2016). Aportación científica de los congresos de la AEIC (2008-2014): reseña histórica y estado actual de la investigación en Comunicación. *Historia y comunicación social*, 21(1), 115-137. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2016.v21.n1.52687
- Sánchez de Madariaga, I. (2011). Políticas de género en la ciencia: Suprimir sesgos y promover la excelencia” en *Situación de las mujeres en la Ciencia española*, Unidad de mujeres. Ministerio de Ciencia e Innovación.
- Saperas, E. (2016). Cuatro décadas de investigación comunicativa en España. Los procesos de institucionalización y de profesionalización de la investigación (1971-2015). *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, 9(2), 27-45. <https://doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016.02>
- Torres, E. y Ramahí, D. (2013). Análisis y valoración de aspectos básicos sobre los grupos de investigación en comunicación en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 481-490. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42134
- Tur-Viñes, V. y Núñez-Gómez, P. (2018). Grupos académicos españoles de investigación en Comunicación. Spanish Academic Research Groups in Communication. *Communication & Society*, 31(4), 173-192. <https://doi.org/10.15581/003.31.4.173-192>

AUTORES:

Gloria Gómez-Escalonilla

Doctora en Ciencias de la Información por la UCM, Profesora Titular de Periodismo de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y Secretaria Académica del departamento de Ciencias de la Comunicación y Sociología en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-1708-9665>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=TkbnKxgAAAAJ&hl=es>

Carmen Caffarel-Serra

Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos. Investigadora IP del proyecto [Mapcom](#) y del grupo de investigación de alto rendimiento [Guimedcom](#) y directora, desde 2012, de la Cátedra Unesco de Investigación en Comunicación, [Comunesco](#). Exdirectora general de RTVE y del Instituto Cervantes.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-9804-5164>

Google Scholar:

https://scholar.google.es/citations?view_op=list_works&hl=es&user=hYRw1LkAAAAJ

Research ID: B-7475-2019