

METODOLOGÍA CIENTÍFICA EN LAS REVISTAS ESPAÑOLAS DE COMUNICACIÓN

Antonio Castillo
Universidad de Málaga
acastilloe@uma.es

Ana Almansa
Universidad de Málaga
anaalmansa@uma.es

Alejandro Álvarez Nobell
Universidad San Jorge
aalvareznobell@gmail.com

Resumen

Las revistas científicas son el principal instrumento de comunicación de los investigadores para difundir sus investigaciones. Uno de los aspectos más relevantes es que todo avance de la ciencia tiene que estar sustentado en el método científico y de ahí que un aspecto esencial de la ciencia es el método. Por ello, las revistas científicas exigen que la estructura y el contenido de todo texto científico cuente con una explícita metodología que señale el procedimiento utilizado y las técnicas empleadas en la consecución de los objetivos investigadores. En investigación, se analizan las principales revistas de comunicación en España. Se han analizado la metodología y las técnicas de investigación de 705 artículos científicos. Los resultados señalan que la investigación cualitativa es mayoritaria.

Palabras clave: metodología, investigación, comunicación, bibliometría.

1. Introducción

La investigación en comunicación se está incrementando de manera exponencial en España por el aumento de análisis y estudios sobre sus ámbitos de trabajo influidos, sin duda, por el incremento de criterios de evaluación de la actividad investigadora. Hasta hace pocos años, los investigadores en comunicación expresaban sus análisis en diferentes ámbitos con la preponderancia alta en libros y capítulos de libros. En este sentido, la *cultura* de la publicación en revistas científicas era un elemento marginal de la estrategia de difusión de los conocimientos en comunicación.

La introducción de unos procesos y modelos de evaluación de la actividad docente e investigadora del profesorado universitario inició un proceso de creciente expresión investigadora a través de revistas científicas. Así, la publicación de los resultados y

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

avances de la investigación ha pasado en los últimos años a realizarse, de manera prioritaria, en revistas científicas. Eso supone un aumento de los artículos científicos y de los espacios de expresión como es el incremento de las revistas científicas españolas en comunicación.

Sin embargo, la situación preexistente en España mostraba unas revistas de escasa estructura técnico-bibliométrica y un marcado carácter endogámico en el que se publicaba por cercanía, empatía y unas revisiones de los manuscritos con limitada metodología. Progresivamente se han ido modificando las revistas existentes y se han creado nuevas publicaciones planteando un panorama en el que la génesis de revistas ha sido intensa.

Esa necesaria exigencia cualitativa de las revistas chocaba con la nueva presencia de revistas en el principal índice de revistas como es el caso de JCR (Journal Citation Reports). Para ello, fue necesario habilitar procesos nacionales de evaluación de las revistas y de su importancia entre los investigadores a través del denominado índice de impacto. Este texto no va a profundizar en las ventajas y los inconvenientes del índice de impacto que tanta literatura científica ha generado, pero sí que lo toma como referencia para catalogar las revistas que van a ser objeto de análisis. Para ello, se va a recurrir al índice de impacto en el campo de la comunicación que elabora el grupo de Investigación EC3 Evaluación de la Ciencia y de la Comunicación Científica de la Universidad de Granada.

Entre los objetivos que se establecen para el Inrecs (índice de impacto de las Revistas Españolas de Ciencias Sociales) nos encontramos:

- Saber cual es el impacto científico de una revista, su evolución y su posición respecto al resto de las revistas de la especialidad a través de distintos indicadores bibliométricos, el principal de los cuales es el índice de impacto.
- Conocer cuales son las publicaciones que citan a una revista y cuales son las citadas por ella misma, con lo que se hace posible trazar afinidades y relaciones científicas aparte de conocer el mercado editorial.
- Saber cuales son los artículos más citados de una especialidad, así como cuales son los autores, artículos y revistas que les citan y que son citados por ellos mismos.
- Conocer el impacto científico de los autores que publican en las revistas españolas, estableciendo la procedencia de las citas que reciben.
- Saber cuales son las instituciones más citadas en cada especialidad, así como cuales son los autores, artículos y revistas que les citan y que son citados por ellas mismos.

Este índice comenzó su evaluación de las revistas de comunicación en el año 1996 y lo hizo con un total de 9 revistas. Por tanto, tenemos que la comunicación ya contaba con revistas iniciales que se concretaban en publicaciones realizadas desde las universidades y centros de investigación españolas (cuadro 1).

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

Cuadro 1. Revistas iniciales de Comunicación en Inrecs

REVISTA	ÍNDICE DE IMPACTO (1996)
Comunicación y sociedad: Revista de la Facultad de Comunicación	0.096
Anàlisi: quadern de comunicació i cultura	0.047
Comunicación y estudios universitarios. Revista de ciències de la informació	0.047
Treballs de la comunicació	0.030
CIC. Cuadernos de información y Comunicación	0.000
Comunicar	0.000
Estudios sobre el Mensaje Periodístico	0.000
Questiones Publicitarias	0.000
Semiosfera	0.000

Inrecs ha ido aumentando el número de revistas que contempla y en la actualidad los investigadores cuentan con mayor número de espacios de expresión y difusión de su actividad investigadora. En este sentido, Inrecs ha ido incluyendo revistas en comunicación de manera progresiva hasta alcanzar las 24 revistas actuales (cuadro 2).

Cuadro 2. Evolución Revistas Comunicación por años

AÑO	NÚMERO DE REVISTAS
1996	9
1997	12
1998	15
1999	17
2000	17
2001	18
2002	20
2003	21
2004	24
2005	24
2006	25
2007	21
2008	21
2009	23
2010	24

Ello está motivando que investigadores, departamentos, universidades o centros generen nuevos espacios científicos con nuevas revistas que ya se inician con marcados criterios bibliométricos, con una adecuada revisión anónima por pares y con plataformas informáticas que facilitan el acceso y la difusión. Las revistas que se han creado, sin embargo, siguen enmarcándose en la necesaria discusión sobre generalistas y especializadas. El campo de la comunicación abarca a dos grandes áreas de conocimiento como son Comunicación Audiovisual y Publicidad, y Periodismo. Es un campo científico de amplio espectro y que cuenta con una cantidad apreciable de

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

docentes e investigadores pero que todavía no dispone del suficiente y necesario número de revistas. En este sentido, la presencia de revistas en Inrecs comparado con otros ámbitos científicos es todavía reducido (cuadro 3). En el cuadro se observa, que el campo de la comunicación es el que con menor número de revistas cuenta en Inrecs.

Cuadro 3. Revistas en Ciencias Sociales

CAMPO DE CONOCIMIENTO	Nº REVISTAS	Nº REVISTAS FUENTE
ANTROPOLOGÍA	46	9
DOCUMENTACIÓN	33	8
CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN	59	9
COMUNICACIÓN	24	7
ECONOMÍA	136	32
EDUCACIÓN	166	32
GEOGRAFÍA	51	13
PSICOLOGÍA	108	28
SOCIOLOGÍA	82	16
URBANISMO	43	6

Otro aspecto relevante para calcular el facto de impacto son las denominadas revistas fuente, tal como se refleja en el cuadro 3. Inrecs emplea cuatro criterios para definir las revistas fuente:

- Pervivencia o antigüedad.
- Calidad editorial entendida esta en una doble vertiente: calidad en el proceso editorial (empleo de un riguroso sistema de selección y evaluación de originales) y reputación y prestigio del editor y comités editoriales.
- Impacto científico de las revistas españolas de Ciencias Sociales tanto a nivel internacional como nacional.
- Opinión de los investigadores españoles medida a través de encuestas sobre la calidad percibida de las revistas de su especialidad.

Los dos primeros criterios actúan como prerequisite para la entrada en la base de datos, esto es, aquellas revistas que no los cumplen quedan automáticamente descartadas. Los dos segundos, son los criterios definitivos para la selección. En el caso de la comunicación hay 7 revistas fuente, tal como se refleja en el cuadro 4.

Cuadro 4. Revistas Fuente en Comunicación

Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura
Comunicación y Sociedad
Comunicar. Revista de Medios de Comunicación y Educación
Estudios sobre el Mensaje Periodístico
Revista Latina de Comunicación Social
Telos: Cuadernos de comunicación e innovación
Zer. Revista de Estudios de Comunicación

En la actualidad, se encuentran en Inrecs un total 24 revistas en comunicación que abarcan a revistas generalistas y revistas especializadas (cuadro 5).

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

Cuadro 5.- Revistas actuales en Inrecs

REVISTA	AÑO	EDITOR
Revista Latina de Comunicación Social	1998	Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Comunicación y Sociedad	2002	Facultad de Comunicación (UNAV)
Comunicar	1993	Grupo Comunicar
Estudios sobre el Mensaje Periodístico	1994	Universidad Complutense de Madrid
Zer	1996	Facultad de CC. Sociales y de la Comunicación
Trípodos	1996	Universitat Ramon Llull
Ámbitos. Revista internacional de comunicación	1998	Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (GREHCCO)
Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura	1980	Universitat Autònoma de Barcelona
Telos. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad	1985	Fundación Telefónica
Doxa Comunicación	2003	CEU Universidad San Pablo
Sphera Pública: Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación	2000	Universidad Católica de Murcia
Área Abierta	2001	Dpto. de Comunicación Audiovisual y Publicidad I (UCM)
Comunicación. Revista internacional de comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales	2002	Dpto. de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura (U. de Sevilla)
Questiones Publicitarias	1993	Grupo de Investigación Método, Análisis y Estrategias de la Comunicación Empresarial e Institucional (U. de Sevilla)
Historia y Comunicación Social	1996	Dpto. de Historia de la Comunicación Social (UCM)
Icono 14	2003	Grupo de Investigación Icono 14 (UCM)
CIC. Cuadernos de Información y Comunicación	1995	UCM
Comunicación y Hombre	2005	Universidad Fco. De Victoria
Coneixement i Societat	2003	Generalitat de Catalunya
I/C Revista científica de información y comunicación	2003	Dpto de Periodismo (U. de Sevilla)
Mediaciones Sociales	2007	Grupo de Investigación Identidades Sociales y Comunicación (UCM)
Pensar la publicidad	2007	Universidad de Valladolid
Revista de la SEECI	1998	Dpto. de Comunicación Audiovisual y Publicidad II (UCM)
Vivat Academia	1998	Dpto. de Comunicación Audiovisual y Publicidad II (UCM)

Cuando se establece la necesidad de que los procesos editoriales de las revistas sean progresivamente profesionalizados nos encontramos con una situación en la que las revistas son editadas en un inmensa mayoría por las universidades con un porcentaje del 91,6% del total de revista que aparece en Inrecs. Únicamente aparece una revista

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

(Telos) que es editada por una organización empresarial como es la Fundación Telefónica (cuadro 6).

Cuadro 6. Tipo entidad editora

Universidades	22 (91,6%)
Empresas	1 (4,16%)
Generalitat de Cataluña	1 (4,16%)

Y dentro de las universidades como entidades editoras nos encontramos con que un tercio de las revistas son editadas por la Universidad Complutense de Madrid (33,3%), y en segundo lugar, la Universidad de Sevilla con una 16,6%. Entre estas dos universidades públicas españolas alcanzan el 50% de las revistas de comunicación analizadas en el presenta estudio.

Cuadro 7. Principales Universidades editoras de revistas

UNIVERSIDAD	NÚMERO DE REVISTAS
Universidad Complutense de Madrid	8 (33,3%)
Universidad de Sevilla	4 (16,6%)

Cuando se analiza la titularidad de las universidades, se observa que las universidades públicas editan el 70,8% de las revistas, siendo el un 20,8% editadas por Universidades privadas (cuadro 8).

Cuadro 8. Titularidad universidad

Universidad Pública	17 (70,8%)
Universidad Privada	5 (20,8%)

Sobre los años de creación de las revistas se constata que los años 80 fueron los inicios de las principales revistas españolas en comunicación, aunque el verdadero incremento se produce en los años 90 cuando se crean el 45,8% de las revistas analizadas (cuadro 9). Es, sin duda, la década de las 90 el inicio de la consolidación de proceso investigador una vez que los centros en los que se imparte comunicación han asentado los planes de estudio y se han iniciado por programas de doctorado y los necesarios grupos de investigación. Seguidamente, en el primer quinquenio del año 2000 se crean el otro gran grupo de revistas científicas con un 37,5% de las actuales. Todo este proceso nos permite señalar que la vida útil de las revistas científicas en España ha sido reciente ya que el 83% de las revistas tiene escasos veinte años y su consolidación ha sido difícil por el amateurismo de sus creadores, por las escasez de recursos económicos y por los limitados procesos bibliométricos.

Cuadro 9. Año de creación de las revistas

Años 80	2 (8,3%)
Años 90	11 (45,8%)
2000-2005	9 (37,5%)
2005-actualidad	2 (8,3%)

Investigar la Comunicación hoy Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

Sobre la metodología de los artículos científicos en comunicación, diversos autores han incidido en ese aspecto (Castillo y Carretón, 2010, Martínez-Nicolás y Saperas-Lapiedra, 2011; López-Rabadán y Vicente-Mariño, 2011 y Castillo-Esparcia, Rubio-Moraga y Almansa-Martínez, 2012). En este sentido, para Martínez-Nicolás y Saperas-Lapiedra (2011) los textos todavía cuentan con escasa claridad en la metodología de investigación: “El 75% de los estudios publicados son trabajos empíricos, como decimos; pero de los 179 que tienen esta consideración sólo en una tercera parte (68 artículos, el 38%) es posible identificar alguna *técnica de investigación*, sea cuantitativa o cualitativa, o de ambos tipos”.

De manera idéntica, López-Rabadán y Vicente-Mariño apuntan a la escasa “transparencia metodológica de la investigación que se ha venido publicando en los últimos años, ya que en un 43’8% de los artículos no es posible localizar ningún tipo de referencias a cómo se realizó la investigación. La inclusión de un capítulo detallado sobre metodología alcanza al 23’8% de los artículos, mientras que un 32’5% incorpora alguna referencia, de forma puntual, sobre estos aspectos”. (2011: 673)

2. Método y Técnicas

Este texto pretende analizar las metodologías utilizadas en los artículos de las principales revistas de comunicación en España. Con ese análisis será posible conocer el tipo de investigación (cualitativa, cuantitativa o mixta), conocer la evolución de los métodos y conocer las técnicas más utilizadas por los investigadores. Para ello, se han analizado todos los textos publicados en las cinco revistas con mayor índice de impacto acumulado en Inrecs (2005-2009). En consecuencia, las revistas analizadas han sido Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación, Revista Latina de Comunicación Social, Comunicación y sociedad: Revista de la Facultad de Comunicación, Estudios sobre el mensaje periodístico y Zer: Revista de estudios de comunicación correspondientes a los años 2000, 2004, 2008 y 2012. Se ha seleccionado esa serie de años para establecer la evolución de las metodologías empleadas en las investigaciones.

Cuadro 10. Revistas analizadas

REVISTA	ÍNDICE IMPACTO 2011
Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación	0.386
Revista Latina de Comunicación Social	0.343
Comunicación y sociedad: Revista de la Facultad de Comunicación	0.268
Estudios sobre el mensaje periodístico	0.244
Zer: Revista de estudios de comunicación	0.140

Para ello, las variables de análisis han sido existencia de metodología de investigación, tipo de investigación (cualitativa, cuantitativa o mixta) y la técnica de investigación utilizada en el artículo. Se ha confeccionado una plantilla de análisis de contenido con

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

esas variables y sus indicadores que se ha aplicado a todos los textos publicados en las revistas analizadas en los años contemplados (2000, 2004, 2008 y 2012). Así, se han analizado un total de 705 artículos distribuidos en las cinco revistas lo que otorga una máxima fiabilidad a los resultados.

Cuadro 11. Artículos analizados

NOMBRE REVISTA	2000	2004	2008	2012	TOTAL
Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación	49	50	45	40	184
Revista Latina de Comunicación Social	128	30	42	22	222
Comunicación y sociedad: Revista de la Facultad de Comunicación	14	12	12	30	68
Estudios sobre el mensaje periodístico	19	20	32	56	127
Zer: Revista de estudios de comunicación	27	22	31	24	104
TOTAL	237	134	162	172	705

3 Resultados

Para poder conocer la evolución de la metodología en los artículos científicos de las revistas seleccionadas se van a señalar los principales resultados sobre el número de artículos publicados por las revistas, la existencia de criterios claros de metodología científica en los textos, el tipo de metodología y las principales herramientas de análisis utilizadas por los investigadores.

3.1. La espacio dedicado a los artículos científicos

Sobre el número de artículos nos encontramos con dos situaciones diferentes en las revistas analizadas: revistas que han mantenido invariable el número de artículos y revistas que han modificado la suma anual de artículos.

En el primero de los casos nos encontramos con la revista Comunicar que parte con 49 artículos en el año 2000 y cuenta con 40 artículos en el año 2012. De idéntica manera, la revista Zer que cuenta con 27 artículos en 2000 y 24 en el año 2012.

Por el contrario, las otras tres revistas cuentan con grandes oscilaciones en el número de artículos. Y en este contexto, se observa una reducción drástica del número de artículos en la revista Latina de Comunicación Social que pasa de 128 artículos en 2000 a 22 en el año 2012. Con el mismo movimiento, pero en sentido inverso, aparecen las Revistas Comunicación y Sociedad y Estudios Sobre el Mensaje Periodístico. En el caso de la revista editada desde la Universidad de Navarra pasan de 14 artículos en 2000 a 30 textos en 2012, lo que supone un incremento de más del 100% en el periodo analizado. De igual manera, la revista Estudios Sobre el Mensaje Periodístico para de 19 textos en 2000 a 56 en el 2012, con un incremento de casi el 300%.

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

Todas estas oscilaciones en esas tres revistas consideramos que se deben a ajustes editoriales de tipo bibliométrico ya sea para incrementar el factor de impacto (reducir el número de artículos manteniendo el número de citas) o para aumentar el número de artículos citables.

Los estudios sobre revistas de comunicación en España se han venido multiplicando en los últimos años. Al mismo tiempo, las propias revistas han ido asumiendo elementos bibliométricos en sus políticas editoriales como son la inclusión en las bases de datos (Santonja, 2011, Gimenez-Toledo, 2009). En este sentido, Fernández-Quijada ha señalado el incremento de número de artículos publicados en las revistas de comunicación españolas (2010: 559).

El resultado final es que las principales revistas españolas en comunicación han pasado de publicar 237 textos en el año 2000 a 172 en 2012. Eso supone una reducción de la “oferta” de espacio editorial en las revistas de referencia lo que redundará en una lucha de los investigadores por ocupar el espacio disponible y, sin duda, una mejora de la calidad de los artículos. A su vez eso supone una potencial mayor repercusión de los textos publicados en el sistema investigador español en comunicación.

3.2 Tipo de metodología

Los artículos científicos adquieren esa categoría por el uso de los métodos científicos en la consecución de los resultados. Ha sido una permanente discusión (ya un poco desfasada) si las revistas científicas debían contener artículos teóricos o reflexivos. En el caso de esta investigación vamos a ver qué porcentaje de los artículos contienen una metodología (explícita o implícita) en el texto.

Cuadro 12. Artículos sin investigación (%)

NOMBRE REVISTA	2000	2004	2008	2012
Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación	30,61	22	11,1	0
Revista Latina de Comunicación Social	20,3	23,3	23,8	18,1
Comunicación y sociedad: Revista de la Facultad de Comunicación	21,4	8,3	0	0
Estudios sobre el mensaje periodístico	21	25	21,8	19,6
Zer: Revista de estudios de comunicación	37,5	27,2	22,5	37,5

Aunque resulte sorprendente todavía encontramos a revistas que publican artículos sin ningún tipo de referencia textual de metodología. En su mayoría son textos de tipo teórico. Las revistas que contienen este tipo de artículos son Revista Latina de Comunicación Social con un 18,1% en el año 2012, Estudios sobre el Mensaje Periodístico con un 19,6% (2012) y la revista Zer con un 37,5%.

Las dos únicas revistas que no tienen ni un solo artículo sin referencia metodológica son Comunicar y Comunicación y Sociedad.

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

Por lo que respecta al uso de la metodología cuantitativa observamos un aumento generalizado con el paso de los años. Así, casi todas las revistas incrementan el porcentaje de artículos que recurren a análisis de tipo cuantitativo. La única excepción es la revista Comunicación y Sociedad que pasa de un 90% de artículos en 2000 a sólo el 20% en el año 2012.

Cuadro 13. Metodología cuantitativa (%)

NOMBRE REVISTA	2000	2004	2008	2012
Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación	0	0	2,5	12,5
Revista Latina de Comunicación Social	21,1	20	21,4	22,7
Comunicación y sociedad: Revista de la Facultad de Comunicación	90,9	18,1	8,3	20
Estudios sobre el mensaje periodístico	21,1	20	21,9	21,4
Zer: Revista de estudios de comunicación	22,2	13,6	29	25
MEDIA	31,06	14,34	16,62	20,32

Por su parte, la mayoría de las revistas analizadas mantienen su porcentaje de artículos de tipo cualitativo. Las dos casos que se alejan de esta tendencia son Comunicar y Comunicación y Sociedad. En el caso de la primera se ha producido una disminución del 88% al 55% y en el caso de la segunda se ha pasado de un 0% a un 55% en 2012.

Cuadro 14. Metodología Cualitativa (%)

NOMBRE REVISTA	2000	2004	2008	2012
Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación	88,2	92,3	92,5	55
Revista Latina de Comunicación Social	69,5	70	69	68,2
Comunicación y sociedad: Revista de la Facultad de Comunicación	0	36,3	66,6	56,6
Estudios sobre el mensaje periodístico	68,4	70	68,8	69,6
Zer: Revista de estudios de comunicación	63	63,6	54,8	75
MEDIA	57,82	66,44	70,34	64,8

El uso de la triangulación de técnicas de investigación es uno de los elementos que se ha potenciado en las últimas décadas. Tras observar esta situación vemos que han incremento este tipo de investigación las revistas Comunicar y Comunicación y Sociedad.

Cuadro 15. Metodología Mixta (%)

NOMBRE REVISTA	2000	2004	2008	2012
Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación	11,76	7,69	5	32,5
Revista Latina de Comunicación Social	9,4	10	9,5	9,1
Comunicación y sociedad: Revista de la Facultad de Comunicación	9	45,4	25	23,3
Estudios sobre el mensaje periodístico	10,5	10	9,4	8,9
Zer: Revista de estudios de comunicación	14,8	22,7	16,1	0

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

3.3. Las técnicas de investigación en los artículos

Decidir el tipo de utillaje metodológico es consecuencia del tipo de objetivo que se persigue en la investigación. Conocer las principales técnicas de investigación nos muestra la evolución que han sufrido las revistas y el quehacer de los investigadores. En este apartado vamos a estudiar el uso de las herramientas de investigación según cada una de las revistas analizadas.

Cuadro 16. Revista Comunicar

	2000	2004	2008	2012	TOTAL
Cuestionario	4	2	1	12	19
Entrevista	1	0	2	3	6
Análisis contenido	3	2	6	6	17
Estudio de caso	1	7	5	4	17
Historia de vida	0	0	0	0	0
Delphi	0	0	0	0	0
Grupo de discusión	1	0	0	4	5
Experimental	0	0	0	0	0
Observación participante	1	0	0	1	2
Otras	3	1	2	11	17

Sobre la revista Comunicar vemos que la principal técnica de sus artículos ha sido a lo largo de los años el cuestionario, seguido por el Análisis de contenido y el estudio de caso.

Cuadro 17. Revista Latina de Comunicación Social

	2000	2004	2008	2012	TOTAL
Cuestionario	16	4	5	3	28
Entrevista	9	2	3	2	16
Análisis contenido	40	9	13	7	69
Estudio de caso	26	6	8	4	44
Historia de vida	1	0	0	0	1
Delphi	0	0	0	0	0
Grupo de discusión	6	1	2	1	10
Experimental	4	1	1	1	7
Observación participante	0	0	0	0	0
Otras	0	0	0	0	0

Para los textos publicados en la revista Latina de Comunicación Social la principal técnica es el análisis de contenido, seguido del estudio de caso.

Cuadro 18. Revista Comunicación y Sociedad

	2000	2004	2008	2012	TOTAL
Cuestionario	0	1	2	7	10
Entrevista	0	1	0	3	4
Análisis contenido	1	3	2	8	14

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

Estudio de caso	2	0	2	1	5
Historia de vida	0	0	0	0	0
Delphi	0	0	0	0	0
Grupo de discusión	0	0	1	2	3
Experimental	0	0	0	0	0
Observación participante	0	0	1	0	1
Otras	0	3	1	7	11

En el caso de la revista Comunicación y Sociedad, las dos principales técnicas utilizadas son en análisis de contenido y el cuestionario.

Cuadro 19. Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico

	2000	2004	2008	2012	TOTAL
Cuestionario	2	2	4	7	15
Entrevista	1	1	2	3	7
Análisis contenido	6	6	10	17	39
Estudio de caso	4	4	6	11	25
Historia de vida	0	0	0	1	1
Delphi	0	0	0	1	1
Grupo de discusión	1	1	2	3	7
Experimental	1	1	1	2	5
Observación participante	0	0	0	0	0
Otras	0	0	0	0	0

El análisis de contenido es la principal técnica utilizada por los investigadores que publican sus artículos en la revista Estudios sobre el mensaje periodístico. En segundo lugar nos encontramos con el estudio de caso.

Cuadro 20. Revista Zer

	2000	2004	2008	2012
Cuestionario	1	1	0	2
Entrevista	1	0	3	1
Análisis contenido	10	9	17	8
Estudio de caso	5	6	3	2
Historia de vida	0	0	0	1
Delphi	0	0	1	0
Grupo de discusión	1	0	0	0
Experimental	0	0	0	1
Observación participante	0	0	0	0
Otras	0	0	0	0

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

Las principales técnicas de los artículos en la revista Zer son el análisis de contenido y el cuestionario.

Cuadro 21. Técnicas de investigación

	Comunicar	Latina	Com y Soc	EMP	Zer	TOTAL
Cuestionario	19	28	10	15	2	74
Entrevista	6	16	4	7	1	34
Análisis contenido	17	69	14	39	8	147
Estudio de caso	17	44	5	25	2	93
Historia de vida	0	1	0	1	1	3
Delphi	0	0	0	1	0	1
Grupo de discusión	5	10	3	7	0	25
Experimental	0	7	0	5	1	13
Observación participante	2	0	1	0	0	3
Otras	17	0	11	0	0	28

Como criterio general es relevante señalar que los investigadores que publican en las principales revistas de comunicación en España recurren de manera mayoritaria al análisis de contenido como principal técnica metodológica en sus investigaciones. En segundo lugar, aparece el estudio de caso, seguido del cuestionario.

4. Conclusiones

Uno de los elementos más relevantes del ecosistema investigador en España es el incremento de revistas en comunicación. Todo ello bajo la temática de revistas generalistas y especializadas, en un aspecto todavía por discutir en nuestro país. Al mismo tiempo, las revistas continúan siendo un espacio estructurado alrededor de docentes e investigadores universitarios, con nula presencia de grupos editoriales.

Por lo que respecta a las revistas analizadas, la serie histórica analizada (2000, 2004, 2008 y 2012) y el número de artículos analizados (705) nos muestra una disminución del número de artículos publicados. Ello es consecuencia de los ajustes editoriales de las revistas a los criterios bibliométricos que se están generalizando para la inclusión de las revistas en bases de datos.

En este sentido, se ha observado que las revistas ya no son espacios maleables, que se amplían o reducen según la oferta de artículos recibidos sino que se establece un número determinado de artículos por número.

Otro elemento consecuente de elementos bibliométricos es la necesidad de aumentar la repercusión de los artículos en la comunidad científica a través de lo que se denomina el factor de impacto. Desde los editores ese factor, entre otras cosas, se puede conseguir disminuyendo el número de artículos lo que hace aumentar la calidad

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

de los textos y tener potencialmente una mayor repercusión entre los investigadores. Sin duda que este aspecto es polémico por las estrategias editoriales en la consecución de un mayor número de citas con un menor número de artículos.

En consecuencia, los espacios potenciales de publicación en las revistas más prestigiosas en España se han reducido y la confrontación es mayor entre los investigadores. Sin embargo, todavía nos encontramos con artículos en los que resulta difícil conocer la metodología utilizada aunque ya en proporciones muy reducidas. La inclusión de estructuras redaccionales estandarizadas como es el esquema IMRAD (Introducción, Métodos y Materiales, Resultados y Discusión) debería ser obligatorio en todas las revistas y coadyuvaría a mejorar el elemento investigador.

Por lo que respecta al tipo de metodología utilizada nos encontramos que la cualitativa es la mayoritaria en los artículos analizados aunque en la última década ha ido disminuyendo progresivamente su presencia en los artículos. Esa disminución de los textos cualitativos se han transferido a las investigaciones mixtas que combinan técnicas cualitativas y cuantitativas. Será un aspecto que hay que estudiar en siguientes series cronológicas.

Finalmente, la principal técnica que se utiliza en las investigaciones es el análisis de contenido, seguido del estudio de caso y del cuestionario.

5. Bibliografía

CASTILLO, A. y CARRETÓN, M.C. (2010). Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España. *Comunicación y Sociedad*, XXIII (2), 289-327.

CASTILLO-ESPARCIA, A., RUBIO-MORAGA, A. y ALMANSA-MARTÍNEZ, A. (2012): La Investigación en comunicación. Análisis bibliométrico de las revistas de mayor impacto del ISI, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 67. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 248 a 270 recuperado el 20 de marzo de 2013, de http://www.revistalatinacs.org/067/art/955_UMA/11_Castillo.html
DOI: 10.4185/RLCS-067-955-248-270

FERNÁNDEZ-QUIJADA, D. (2010): "El perfil de las revistas españolas de comunicación (2007-2008)", *Revista Española de Documentación Científica*, 33, 4, octubre-diciembre, 553-581, DOI: 10.3989/redc.2010.4.756

GIMÉNEZ-TOLEDO, E. (2009): El investigador y el editor ante la evaluación y edición de revistas científicas, *Anuario ThinkEPI, EPI SCP*, 132-136

LÓPEZ-RABADÁN, Pablo y VICENTE-MARIÑO, Vicente (2011): Métodos y técnicas de investigación dominantes en las revistas científicas españolas sobre comunicación (2000-2009), en PIÑUEL RAIGADA, JL, LOZANO ASCENCIO, C y GARCÍA JIMÉNEZ, A:

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

Investigar la comunicación en España, Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC), Fuenlabrada.

MARTÍNEZ-NICOLÁS, M. y SAPERAS-LAPIEDRA, E. (2011): La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 101 a 129 recuperado el 22 de marzo de 2013, de http://www.revistalatinacs.org/11/art/926_Vicalvaro/05_Nicolas.html
DOI: 10.4185/RLCS-66-2011-926-101-129

SANTONJA, L. (2011): *Informe sobre la calidad de las revistas de comunicación*, Madrid: Universidad Carlos III.

**SCIENTIFIC METHODOLOGY IN THE SPANISH COMMUNICATION
JOURNALS**

Antonio Castillo
Universidad de Málaga
acastilloe@uma.es

Ana Almansa
Universidad de Málaga
anaalmansa@uma.es

Alejandro Álvarez Nobell
Universidad San Jorge
aalvareznobell@gmail.com

Abstract

Scientific journals are the main instrument of communication of researchers to disseminate their research. One of the most important aspects is that any progress of science has to be based on the scientific method and that an essential aspect of science in the method. Therefore, scientific journals require that the structure and content of all scientific text has an explicit methodology that indicates the procedure used and the techniques used to achieve the research objectives. In this research, discusses the major journals of communication in Spain. The methodology and techniques of 705 items of scientific research have been analyzed. The results indicate that qualitative research is majority.

Keywords: methodology, research, communication, bibliometric