

# Investigación Cualitativa en los Estudios de Comunicación: Características, Objetos y Técnicas

## Qualitative Research in Communication Studies: Characteristics, Objects and Techniques

Gloria Gómez-Escalonilla; Alejandro Barranquero

Cómo citar este artículo.

Gómez-Escalonilla, Gloria; Barranquero, Alejandro (2024). "Investigación cualitativa en los estudios de comunicación: características, objetos y técnicas". *Profesional de la información*, v. 33, n. 2, e330211. <https://doi.org/10.3145/epi.2024.0211>

Artículo recibido el 10-01-2023  
Aceptación definitiva: 23-03-2024



**Gloria Gómez-Escalonilla**

<https://orcid.org/0000-0002-0974-5354>  
Universidad Rey Juan Carlos, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Departamento de Periodismo y Comunicación Corporativa  
Camino del Molino, 5  
28943 Fuenlabrada (Madrid), España  
[gloria.gomezescalonilla@urjc.es](mailto:gloria.gomezescalonilla@urjc.es)



**Alejandro Barranquero**

<https://orcid.org/0000-0002-9264-9389>  
Universidad Carlos III de Madrid, Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación, Departamento de Comunicación  
Madrid, 128  
28903 Getafe (Madrid), España  
[abarranq@hum.uc3m.es](mailto:abarranq@hum.uc3m.es)

### Resumen

Se presenta una fotografía de las investigaciones que en el campo de la comunicación en España utilizan los métodos cualitativos como perspectiva metodológica dominante. Se parte del análisis de contenido para analizar las características, objetos y técnicas dominantes en un censo de 1025 producciones científicas de 2007 a 2018, conformado por tesis doctorales, proyectos I+D y artículos de revistas científicas. En los resultados, contrasta la importancia que tienen estos métodos en las tesis doctorales y los proyectos de investigación frente a una mayor escasez de artículos académicos de corte cualitativo. Las tres producciones científicas analizadas emplean o triangulan dichos métodos, no todas las técnicas se utilizan por igual. Las investigaciones recurren con frecuencia al análisis de discurso y las entrevistas en profundidad, pero es mínima la presencia de observaciones, grupos de discusión y otras técnicas grupales. Los objetos de estudio también son variados, si bien los formatos audiovisuales se imponen a los periodísticos y se aprecia un creciente interés por medios y formatos digitales. Por último, en el ámbito de la autoría, los resultados revelan paridad, si bien preocupa la brecha de género en los estudios de más alto nivel.

### Palabras Clave

Investigación Cualitativa, Comunicación, Meta-investigación, Técnicas Cualitativas, Género; Métodos, Análisis del Discurso, Entrevistas en Profundidad.

### Abstract

A snapshot of communication research in Spain that uses qualitative methods as the dominant methodological perspective is presented. We conduct a content analysis to study the characteristics, objects and techniques that predominate in a census of 1,025 scientific productions from 2007 to 2018, which includes doctoral theses, projects and articles published in scientific journals. In the indexed publications, there is a certain lack of qualitative articles, despite the importance they have in doctoral theses and research projects. These researches use or triangulate qualitative methods, but not all techniques are used equally. Communication studies frequently resort to discourse analysis and in-depth interviews, but the presence of observations and discussion groups is minimal. The objects of study are also varied, although audiovisual formats prevail over journalistic formats and there is a growing interest in digital media and formats. Finally, at the author level, the results reveal parity, although the gender gap in the highest level studies is worrying.



## Keywords

Qualitative Research, Communication, Meta-research, Qualitative Techniques, Gender, Methods, Discourse Analysis, In-Depth Interviews.

## 1. Introducción

Los métodos cualitativos nacieron para dotar a las ciencias sociales de instrumentos propios de investigación frente al enfoque positivista dominante importado de las ciencias físico-naturales<sup>1</sup>. Las perspectivas cualitativas comenzaron a institucionalizarse a mediados del siglo XX combinando aportes de distintos enfoques teóricos —etnografía, fenomenología, hermenéutica, interaccionismo simbólico, etc.— y disciplinas: antropología, filosofía, estudios del lenguaje, etc. Estas aproximaciones adquirieron plena autonomía epistemológica en las postrimerías del siglo XXI, coincidiendo con la popularización de la *grounded theory*, que invitaba a evitar hipótesis rígidas y categorías concebidas *a priori* para abrirse a la “emergencia” inductiva de nuevas preguntas y categorizaciones a partir de los datos recopilados durante el trabajo de campo (Denzin; Lincoln, 1994; Fielding, 2005).

Los abordajes cualitativos intentan comprender a las personas desde sus marcos de referencia (Taylor; Bogdan, 1986) y sus experiencias personales (Mejía-Navarrete, 2004), y no desde las variables fluctuantes y medibles que caracterizan a los métodos cuantitativos (Bassi-Follari, 2014). También asumen el carácter cambiante, situado y contextual de todo proceso social, lo que aboca a diseños flexibles y emergentes frente a los procedimientos más estandarizados y universales de los métodos cuantitativos (Vallés, 1997). Otro rasgo que los distingue es la reflexión permanente sobre la responsabilidad ética del investigador/a, una figura que debe facilitar el intercambio recíproco entre los sujetos que investigan y aquellos/as que son observados (Sisto, 2008), lo que termina por desafiar el positivismo y su separación entre teoría y praxis, ética y conocimiento, y sujetos y objetos de investigación.

En las décadas de los 70 y los 80, la hegemonía de los métodos cuantitativos comenzó a ser disputada a partir de la publicación de trabajos cualitativos rigurosos en el campo de la sociología, la pedagogía, o las ciencias de la comunicación (Orozco; González, 2012). Por su parte, el “regreso del sujeto” (Mattelart; Michèle, 1997) y los denominados giros “etnográfico” (Ang, 1990) y “lingüístico” (Searle, 1997) desafiaron a la comunidad académica al cuestionar las categorizaciones “exactas” y “universales” del positivismo para avanzar hacia un conocimiento más micro, contextualizado y basado en los significados y relatos que construyen individuos y comunidades (Olivier-de-Sardan, 2018). Por los rasgos anteriores, los métodos cualitativos han sido con frecuencia acusados de falta de confiabilidad y validez (Denzin; Lincoln, 1994), además de riesgo de especulación, y escasa visión de conjunto (Salgado, 2007).

La falta de exactitud no es sinónimo de ausencia de rigor. De hecho, los cualitativos han optado por diferentes fórmulas para protegerse de los sesgos del “yo metodológico” (Olivier-de-Sardan, 2018), y con objeto de que la interpretación subjetiva no se desvíe del “conocimiento verdadero de la sociedad” (Heller, 1998). Para aumentar la validez de sus diseños, estos suelen dotarse de procedimientos de validación como: descripciones densas, saturación teórica, inducción analítica y teoría fundamentada (Hatch, 2006; Salgado, 2007; Seid, 2017). Esta apuesta por el rigor determinó el cierre, en palabras de Ibáñez (1992), de la “guerra incruenta entre paradigmas”, o la visión de que existe una incompatibilidad, o incluso superioridad, de unos métodos sobre otros. En la actualidad, muchas investigaciones apuestan por incorporar “diálogos paradigmáticos” (Guba, 1990), abordajes “multimétodo” (Seawright, 2016) y “triangulaciones” (Denzin, 1970) de datos, conceptos, teorías o metodologías. Estos abordajes parten de la premisa de que las limitaciones de un método se compensan o “vigorizan” con las fortalezas del otro; es decir, cada metodología brinda percepciones imposibles de conseguir por separado y enseña a la contraria nuevas vías para detectar y disminuir el sesgo (Bericat, 1998).

Los métodos cualitativos tienen una larga historia en el campo de la comunicación, desde los trabajos pioneros de la Escuela de Chicago de los años 20 hasta el surgimiento de la etnometodología y el interaccionismo simbólico en los años 60 (Denzin; Lincoln, 1994). En la década de los 80 los Estudios Culturales británicos revitalizaron el uso de observaciones y entrevistas para analizar las identidades subalternas, las subculturas juveniles o las audiencias televisivas (Hebdige, 1979; Lull, 1990). Los *Cultural Studies* también fueron populares en Latinoamérica, donde se desarrolló una corriente propia (Mattelart; Neveu, 2004), denominada por Mato (2002) “estudios y prácticas intelectuales latinoamericanos en cultura y poder”, que investigó temas de la región como la recepción de telenovelas y melodramas (Martín-Barbero; Muñoz, 1992; González, 1998), o las relaciones entre los elementos populares y masivos en las industrias culturales (Martín-Barbero, 1993).

El presente artículo ofrece un análisis de las investigaciones que utilizan el enfoque cualitativo como método dominante

<sup>1</sup> Esta investigación presenta resultados del I+D “Mapas de la investigación en comunicación en las universidades españolas de 2007 a 2018 (MAPCOM 2)” (ref. PGC2018-093358-B-I00), dirigido por Carlos Lozano y Carmen Caffarel. Dicho proyecto se orientó a cartografiar las investigaciones realizadas en España incluyendo tesis, artículos indexados, proyectos I+D+i y comunicaciones presentadas a los congresos de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC). En este artículo hemos prescindido de las comunicaciones porque estas no siempre recogen investigaciones finalizadas, sino más bien trabajos en curso. Una compilación extensa de los resultados de este proyecto se puede consultar en abierto en Caffarel-Serra *et al.* (2023)

en el campo de la comunicación en España. Mediante el análisis de contenido, esta metainvestigación intenta detectar si hay patrones de género dominantes en las autorías; cuáles son las temáticas y técnicas que sobresalen; y cuáles son los formatos mediáticos más investigados. La riqueza de datos y potencial significación estadística del análisis de contenido se aplican a un corpus de más de 1.000 unidades compuesto por investigaciones realizadas en las universidades públicas y privadas españolas durante algo más de una década (2007-2018), incluyendo tesis doctorales, proyectos I+D, y artículos publicados en revistas de prestigio en el campo. El trabajo se emparenta con otras evaluaciones que, desde perspectivas metainvestigativas y autorreflexivas, han abordado aspectos generales (**Martínez Nicolás**, 2006; **Caffarel et al.**, 2018a; **Almiron; Reig**, 2007; **Martínez Nicolás; Saperas**, 2011; **Fernández Quijada; Masip**, 2013; **Caffarel et al.**, 2018b; **Rodríguez-Gómez et al.**, 2018; **Martínez-Nicolás**, 2020); o específicos como la comunicación y el género (**Hernández Carballido**, 2006; **García-Jiménez; Simonson**, 2021; **Mattelart**, 2014), las teorías de la comunicación (**García-Jiménez**, 2007; **Lazcano-Peña**, 2015), la economía política (**Gómez-Escalonilla**, 2020), la comunicación ambiental (**Barranquero; Marín**, 2014), o la comunicación para el cambio social (**Barranquero; Limón**, 2017). Menos numerosos son los abordajes de aspectos metodológicos (**López-Rabadán; Vicente-Mariño**, 2011; **Ferran et al.**, 2017; **Tramullas**, 2020; **Gómez-Escalonilla**, 2021), e inexistentes los que abordan en exclusiva la implantación de una técnica como aquí estudiamos. El presente artículo analiza la fisonomía de la investigación cualitativa española desde un método cuantitativo –el análisis de contenido– y desde la firme creencia en la complementariedad entre métodos y paradigmas.

## 2. Metodología

Este trabajo parte del corpus construido con motivo del proyecto de investigación MapCom 2 del que forma parte, que creó un repositorio de investigaciones realizadas a lo largo de diez años (de 2007 a 2018), que intentará ampliarse y actualizarse con próximos I+D que den continuidad a esta línea de investigación. Dicho censo fue construido a partir de distintas fuentes: para los proyectos I+D+i competitivos se solicitó información al Ministerio de Ciencia e Innovación, que se complementó con memorias de investigación solicitadas a los/las IP de los proyectos. Para los artículos se escogieron las revistas que aparecen en las primeras posiciones del índice H elaborado por *Google Scholar* durante el periodo temporal: *Comunicar*, *Latina*, *Comunicación y Sociedad*, *Estudios del Mensaje periodístico*, *Telos*, *Zer*, *Trípodos*, *Profesional de la información* e *Historia y Comunicación Social*. Para las tesis doctorales, se contabilizaron las defendidas en las Facultades de Ciencias de la Comunicación o de la Información a partir de la base Teseo.

De las 3.439 contribuciones entre proyectos, tesis y artículos, se seleccionaron solo aquellas en las que las técnicas cualitativas eran el método principal de análisis. Dentro de estas técnicas enmarcamos: etnografía y observación participante, análisis de discurso, entrevistas en profundidad, grupos de discusión y otras técnicas grupales. Al total de los 1.025 estudios que constituyen el corpus final, se aplicó un análisis de contenido orientado a caracterizar las investigaciones.

En lo que respecta a los datos analizados, de la veintena de variables que comprende el proyecto MapCom 2<sup>2</sup>, este trabajo se apoya solo en las referidas a tipo y técnica de investigación, además de señalar la revista en el caso de los artículos. De las investigaciones analizadas, se ha inferido el género del primer/a IP o del primer autor/a en artículos y tesis doctorales a partir del nombre propio, documentándonos cuando dicho nombre no era unívoco. Este estudio se ha completado con el diseño y vaciado de dos variables *ad hoc* orientadas a analizar los objetos de estudio que se abordan desde la investigación comunicacional cualitativa. La extensa variedad temática del campo provoca que cada práctica metainvestigadora opere con su propia clasificación en función del corpus analizado. En nuestro caso optamos por diferenciar tema y medio, como hace **Fernández-Quijada** (2012), que distinguía entre “ámbitos teóricos” y “sectores” o **Martínez Nicolás y Saperas** (2011), quienes separaban el objeto de estudio específico (denominado “tema de investigación”) del ámbito mediático (“medio analizado”). A partir de una primera catalogación de los temas y medios según lo que se deducía del título, resumen y palabras clave, se obtuvo un listado que se depuró agrupando los temas similares en las categorías utilizadas en clasificaciones previas. En el caso del tema, que es más complejo, se partió de la clasificación de **Montero-Díaz et al.** (2018) que distinguen 16 temas: Infancia, Aspectos psicológicos, Noticias, Audiencias, Sondeos, Publicidad, Salud, Relaciones, Género, Discurso, Comunicación telefónica, Relaciones públicas, Telecomunicaciones, Opinión pública, Activismo e Internet. De dicha clasificación se descartaron algunas categorías que no se daban en el corpus, como los aspectos psicológicos; se agruparon categorías parecidas (noticias o salud en contenidos mediáticos); y se renombraron otras categorías desfasadas, como comunicación telefónica o telecomunicaciones, utilizando la categorización que hace la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) al clasificar sus Secciones temáticas: Teorías y métodos de investigación en comunicación, Estudios de audiencia y recepción, Estructura y políticas de la comunicación, Estudios sobre el discurso, Comunicación y cultura digital, Producción y circulación de contenidos, Comunicación estratégica y organizacional, Periodismo y nuevos medios, Historia de la comunicación social, Comunicación publicitaria, Género y comunicación y Comunicación y ciudadanía. Las categorías finalmente utilizadas son: Audiencia y recepción (consumo, efectos, participación...), Rutinas (problemas profesionales, deontología, procesos creativos...); Estructura (sistema de medios, políticas, industrias culturales); Contenidos (representaciones mediáticas); Aspectos formales (lenguajes comunicativos);

<sup>2</sup>Agradecemos a los miembros del I+D el trabajo de censado y análisis documental en el que se apoya este estudio.

Comunicación estratégica (reputación, crisis, eventos...); Impacto digital; Educación (educomunicación, ciudadanía, movimientos sociales...); Metainvestigación; Género; Historia.

La Tabla 1 recoge la ficha de análisis y sus correspondientes variables y valores. De cada una de las variables se establecieron frecuencias y porcentajes. Estos datos se compararon, contextualizaron e interpretaron con objeto de caracterizar la investigación cualitativa en comunicación que se desarrolla en nuestro país.

Tabla 1: Protocolo de Análisis.

Variables	Valores
Género del 1er IP, autor/a o doctorando/a	Mujer
	Hombre
Tipo de investigación	Proyecto I+D+i
	Tesis doctoral
	Artículo de investigación en revista indexada
Revista de publicación	<i>Comunicar</i>
	<i>Latina</i>
	<i>Comunicación y Sociedad</i>
	<i>Estudios del Mensaje periodístico</i>
	<i>Telos</i>
	<i>Zer</i>
	<i>Trípodos</i>
	<i>Profesional de la información</i>
	<i>Historia y Comunicación Social</i>
	<i>Etnografía y Observación participante</i>
Técnica de investigación utilizada	Entrevista en profundidad
	Técnicas grupales (grupos focales, Delphi, etc.)
	Análisis del discurso
Tema de investigación	Audiencia y recepción (consumo, efectos, participación...)
	Rutinas (problemas profesionales, deontología, procesos creativos...)
	Estructura (sistema de medios, políticas, industrias culturales)
	Contenidos (representaciones mediáticas)
	Aspectos formales (lenguajes comunicativos)
	Comunicación estratégica (reputación, crisis, eventos...)
	Impacto digital
	Educación (educomunicación, ciudadanía, movimientos sociales...)
	Metainvestigación
	Género
	Historia
Medio analizado	Medios (en general)
	Audiovisual (distinguiendo a su vez: Cine, Ficción, Televisión, Radio, Fotografía, Videojuegos)
	Prensa
	Publicidad y Relaciones Públicas
	Internet y Redes sociales

### 3. Resultados

Para trazar la radiografía de la investigación cualitativa española, se parte de un corpus de 1.025 investigaciones, lo que representa algo menos de un tercio (29,8%) de la investigación española censada por el proyecto I+D MapCom 2 (2007-2018). Esto revela que los métodos cualitativos no son los dominantes, pero tampoco son minoritarios en el campo de la comunicación en España.

Cuando analizamos la variable género del primer autor/a, en base a su nombre propio, se observa paridad: Tal y como sucede en el corpus completo –incluyendo estudios cuantitativos y con 3.439 registros– donde las mujeres lideran el 53% de las investigaciones, en la investigación cualitativa española se observa que la mitad de los estudios están liderados por mujeres (52%). Estos datos indican que las diferencias entre autores y autoras no responden al método utilizado. Tampoco existe una “inclinación cualitativa” en las investigaciones lideradas por mujeres frente al paradigma positivista al que una parte de la crítica feminista ha calificado de androcéntrico (Reinharz, 1992; Mauthner, 2020). Sin embargo, los datos desagregados parecen revelar cierta brecha de género, por cuanto en los proyectos de investigación y en los artículos indexados predominan los hombres como IP y primer autor (66,7% frente a 33,3% en los proyectos; 60,5% frente a 39,5% en los artículos). En contraste, en las tesis doctorales priman las mujeres (55,3% frente al 44,7%). Este resultado está en consonancia con investigaciones recientes que detectan un doble efecto Matilda en las mujeres tanto en la publicación de artículos como en las citas recibidas (Rajkó *et al.*, 2023). Este estudio internacional que abarcaba 11 países, incluyendo España, está en consonancia con trabajos que han certificado el impacto diferencial del género en la publicación de artículos en las revistas españolas más importantes del campo de la comunicación (Castillo; Carretón, 2010; Izquierdo-Iranzo *et al.*, 2020; Goyanes *et al.*, 2018).

Con respecto al tipo de investigación, el empleo de técnicas cualitativas es notable en proyectos I+D+i (37,7%) pero disminuye en el caso de las tesis doctorales (30,6%), tal como demuestra la Tabla 2. Lo más sorprendente es que, en el

caso de los artículos indexados, las investigaciones en las que dominan los métodos cualitativos no superan el 20% del corpus (18,9%), y esto resulta reseñable si presuponemos que muchos de estos trabajos habrían de derivar de tesis o proyectos I+D. Con otro corte temporal y diferentes revistas, nuestros resultados confirman la tendencia detectada por **Martínez Nicolás y Saperas (2011)**, que atribuían un papel secundario a las técnicas cualitativas: sólo presentes en 73 de los 406 artículos que componían su muestra (el 17,9% del total), un punto menos que el resultado obtenido en este estudio (18,9%). Las metodologías cualitativas parecen dominar en las primeras fases de la investigación (es decir, en las tesis), pero posteriormente decaen o se reconvierten en mediciones cuando necesitan pasar el filtro de las revistas indexadas. Esto puede deberse a los procesos de revisión que imponen las revistas indexadas, que hacen priorizar los acercamientos cuantitativos por ser mucho más “rentables” (**Tomàs-i-Folch et al., 2015; López-Álvarez et al., 2023**).

Tabla 2: Investigación Cualitativa Según el Tipo de Investigación.

	Investigaciones en Comunicación	Investigaciones Cualitativas
Proyectos I+D+i	249	94 (37,7%)
Tesis doctorales	2.784	854 (30,6%)
Artículos indexados	406	77 (18,9%)
Total	3.439	1.025 (29,8%)

Con respecto a los I+D, los métodos cualitativos se emplean en menor proporción que los cuantitativos, algo explicable porque se suele tratar de proyectos de mayor envergadura y escala (estatal, regional, etc.), si los comparamos con una tesis doctoral. Por otra parte, los I+D del área de comunicación compiten con otros de otros ámbitos de las ciencias sociales. De hecho, los proyectos de comunicación tan solo representan el 1% de los concedidos (**Caffarel et al., 2018b**), en especial cuando compiten con proyectos de corte más sociológico, en los que suelen predominar métodos cuantitativos como la encuesta (**Llopis, 2007**). Pese a todo, en el período 2007-2018, un total de 249 proyectos abordaron objetos de estudio relacionados con la comunicación, y en 94 de ellos utilizaron alguna técnica cualitativa, una mayor proporción que en tesis doctorales o en artículos de investigación.

En lo que respecta a las revistas, se publican pocos artículos con metodología cualitativa y no todas las revistas les dan cabida en la misma proporción.

*Profesional de la información (EPI)* y *Estudios del mensaje periodístico (EMP)* son las más propensas a publicar artículos de corte cualitativo, con 22 y 16 respectivamente, tal y como demuestra la Figura 1. A cierta distancia les siguen *Comunicación y Sociedad (CyS)*, con 12; *Revista Latina de Comunicación Social*, con 10; y *Zer*, con 7. La presencia es residual en *Telos*, *Historia y comunicación social*, *Trípodos* y, sobre todo, *Comunicar*, con apenas un artículo.

Una de cada tres investigaciones realizadas entre 2007 y 2018 emplea alguna técnica de investigación cualitativa

La relación de trabajos con metodología cualitativa hay que valorarla en función del número de artículos publicados. La revista que, en proporción, publica más artículos cualitativos es *Zer*, pues en el 28% de sus artículos dominan estas técnicas. Le siguen, a cierta distancia, *Telos* (18%), *Estudios del Mensaje Periodístico* (17,5%) y *EPI* (16,5%).

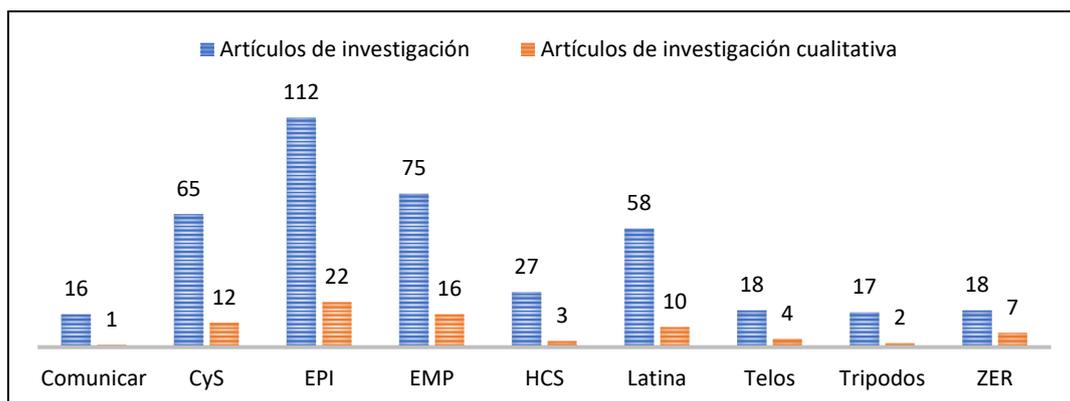


Figura 1: Número de Artículos Publicados Según las Diferentes Revistas.

### 3.1. Técnicas Dominantes de Investigación

Las técnicas etnográficas que hunden sus raíces en la investigación antropológica no son frecuentes en la investigación comunicacional. En total, se han registrado tan sólo 85 investigaciones. Este número es mayor en tesis doctorales que en I+D, porque también son más abundantes. Sin embargo, en proporción, son las revistas académicas las que publican más investigaciones etnográficas: un 10,3% de los artículos se basan en estas técnicas etnográficas, frente al 8% de las tesis doctorales. El escaso recurso a la observación participante puede responder a las dificultades de su aplicación, puesto que este método exige un tiempo prolongado de introducción y aclimatación en el campo; una convivencia plena y la familiaridad con los sujetos; y una densidad en la exploración y explicación de los fenómenos que exige mucha dedicación

(Sanmartín, 1989). Estas características también parecen estar reñidas tanto con los rápidos “requerimientos institucionales” de la carrera académica, como con la exagerada “pulcritud técnica” que demandan algunas revistas y políticas científicas (Ossadon *et al.*, 2019).

La entrevista en profundidad no tiene por qué requerir tanto esfuerzo ni tiempo, en especial cuando hablamos de entrevistas cerradas que, en su nivel de

Se observa una tendencia ‘contenidista’, incluso en las tesis doctorales cualitativas

estructuración, se asemejan más a las encuestas, y menos a la *longue durée* a la que abocan las conversaciones abiertas e intensivas (Guber, 2019). Quizá por eso figura entre las técnicas más utilizadas, como se puede ver en la Tabla 3: tanto en su aplicación como estrategia cualitativa única (332 investigaciones) como en su triangulación con otras técnicas cualitativas (29 casos). Las entrevistas se han aplicado en 361 investigaciones, lo que supone más del 35 % de las investigaciones cualitativas analizadas. Aunque se recurre a ellas, sobre todo, en tesis doctorales, es en los proyectos competitivos (54%) y en los artículos (40%) donde, proporcionalmente, más se aplican: 280 tesis doctorales frente a 50 proyectos I+D+i y 31 publicaciones. La productividad que la caracteriza, por la riqueza de datos que puede aportar y la facilidad de su aplicación (O’Reilly, 2012), explicarían este uso recurrente de la entrevista abierta en la investigación en comunicación.

Mucho menos se emplean las conversaciones de grupo: que aparecen como técnica dominante en 65 estudios; es decir, el 6% de las investigaciones cualitativas analizadas. Esta escasa utilización sobresale en las tesis doctorales, donde solamente en un 5% de las tesis que recurren a técnicas cualitativas se emplea el grupo de discusión (38 tesis del total de las 854 tesis de orientación cualitativa). Este porcentaje es aún más exiguo, 1,3%, si se relaciona con las 2.784 tesis presentadas en los once años analizados. Tanto los artículos de investigación como los proyectos competitivos hacen un uso más frecuente de esta técnica de discusión: un 14% de los artículos cualitativos, u 11 artículos. En el caso de los I+D+i, el 17% de los 94 proyectos competitivos cualitativos. El hecho de que los estudios del área de la comunicación priorizan la investigación de la comunicación de masas frente a la comunicación individual o grupal (Caffarel *et al.*, 2018a), puede explicar este escaso uso de las técnicas grupales, que se destinan fundamentalmente al estudio y comprensión de cómo un grupo de sujetos interpreta la realidad.

Tabla 3: Técnicas de Investigación Utilizadas en la Investigación Cualitativa.

	Proyectos I+D+i	Artículos Indexados	Tesis	Total
Etnografía	6 (6,3%)	8 (10,3%)	71 (8,3%)	85 (8,2%)
Entrevistas en profundidad	50 (53,7%)	31 (40,2%)	280 (33%)	361 (35,2%)
Grupos de discusión	16 (17,2%)	11 (14,2%)	38 (5%)	65 (6,3%)
Análisis del discurso	35 (37,6%)	32 (41,5%)	476 (55,8%)	543 (52,8%)

La técnica cualitativa a la que más se recurre en la investigación española en el área de la comunicación es el análisis del discurso, un instrumento que contribuye a analizar en profundidad, cualitativa y contextualmente, los discursos mediáticos (Pardo Abril, 2007), a diferencia de la detección y medición de regularidades en muestras amplias de textos, seña distintiva del análisis de contenido de origen estadounidense (Gómez-Escalonilla, 2021). Se recurre a las técnicas cualitativas para analizar los mensajes mediáticos en 543 investigaciones de las 1.025 analizadas, lo que supone más de la mitad de la muestra (52,9%). Sin embargo, no es la técnica dominante en las tres unidades de análisis. En los proyectos se aplican más las entrevistas en profundidad (54%) que el análisis del discurso (38%), es decir, en 50 proyectos se han utilizado las entrevistas frente a los 35 en los que se emplea el análisis del discurso. Algo parecido sucede con los artículos indexados: aunque el análisis del discurso es el instrumento más aplicado, este se aplica con una diferencia mínima respecto a la entrevista: 32 artículos emplean el análisis del discurso frente a los 31 en los que predominan las entrevistas. Donde se usa masivamente el análisis del discurso es en la investigación doctoral. Una de cada dos tesis cualitativas defendidas en el período 2007-2018 así lo hacen: un total de 476. Esto puede ser atribuible a que muchos/as estudiantes de doctorado proceden de países latinoamericanos en los que el análisis del discurso domina por la influencia de los estudios culturalistas y la extensión de las perspectivas críticas (Rodrigo-Mendizábal, 2018).

### 3.2. Objetos de Estudio

Dado que no todas las investigaciones analizadas tienen el mismo peso y naturaleza, se realizó un análisis de los temas por tipo de investigación (tesis, artículo o I+D) cuyos totales se muestran en la Tabla 4.

En los proyectos competitivos el foco principal de investigación son los fenómenos relacionados con la audiencia y los procesos de recepción: un total de 32 proyectos I+D+i, que evidencia la importancia de este tópico en la investigación cualitativa de los últimos años. Le siguen los estudios centrados en el sector profesional, 13 proyectos, a escasa diferencia de las investigaciones que abordan representaciones (12) y estructura mediática (10). Cinco proyectos competitivos se centran en el impacto de la digitalización, y otros 5 abordan aspectos formales de la comunicación, comunicación corporativa o fenómenos de comunicación y género. Por último, 4 proyectos abordan aspectos relacionados con la educación, 2 son estudios históricos y hay un proyecto que analiza las prácticas de investigación (o metainvestigación) desde el punto de vista cualitativo.

En lo que respecta a los artículos, se observa un interés por los contenidos mediáticos (19) y por la investigación de audiencias (14). Se puede interpretar este dato porque las innovaciones tecnológicas y, en particular, la interacción y participación que algunas facilitan, parece incrementar el interés por el valor que aportan audiencias y públicos a los procesos mediáticos. Entre los artículos también tiene cierto protagonismo el estudio de las rutinas profesionales, pues se han publicado 10 artículos sobre el tema. Otro de los tópicos de interés es la incidencia de la digitalización en los medios de comunicación, abordada en 7 artículos. Las publicaciones indexadas también evidencian dos líneas de investigación consolidadas en los estudios de comunicación: la que atiende a la estructura de la comunicación, con 4 artículos, y otros 4 referidos a los estudios de género. Otras publicaciones abordan los estudios históricos y la metainvestigación, pero en una proporción mínima, lo mismo que los trabajos que se centran en temas relacionados con la educación o la estructura mediática.

En las tesis, lo que más se investiga es el contenido: un total de 263 abordan los mensajes comunicativos como objeto de estudio, lo que constituye más del 30% de las mismas. De todos los ámbitos temáticos de los que se

Los proyectos y los artículos dan más protagonismo a los sujetos de la comunicación, tanto a emisores como a la audiencia

pueden ocupar los medios, en investigación doctoral interesan sobre todo los contenidos políticos, pues cerca de 80 tesis abordan dicha problemática. Otros contenidos preferentes son los que se refieren a la salud, con un total de 12 tesis. Otras investigaciones doctorales abordan el mensaje, pero desde el punto de vista formal: 78 tesis se enfocan en el estudio de los aspectos formales (lenguaje, diseño, etc.), y otras 41 se centran en el impacto de la digitalización en los mensajes mediáticos.

Las tesis también se han centrado en el emisor cuando abordan las rutinas de los medios, los procesos creativos, o aspectos relacionados con la regulación, autorregulación, deontología o ética profesional. En concreto se han computado 58 investigaciones que abordan dichos aspectos. También dentro de las instancias emisoras se encuadran las 61 investigaciones que abordan la estructura mediática y que dan cuenta de la configuración de los sistemas mediáticos públicos o privados en diferentes contextos geográficos o temporales. Por su parte, otras 70 investigaciones se centran en la comunicación estratégica referida a campañas de reputación u otras acciones de marketing o relaciones públicas.

Un total de 136 tesis doctorales analizan cuestiones que afectan a la audiencia, la recepción o los efectos de los medios. Es interesante destacar el protagonismo que todavía tienen los estudios de efectos entre estudiantes de doctorado, una “terquedad investigativa” de la que ya advertía Orozco en los años noventa (Orozco, 1997). Las tesis analizadas también vislumbran campos de indagación científica que preocupan a investigadores/as emergentes: sobresalen la educación (alfabetización mediática, educomunicación, características del alumnado de comunicación, etc.), que ocupa el interés de un total de 41 tesis, y los estudios de género, con 61. A cierta distancia se sitúan los estudios históricos (33) y, a bastante, la metainvestigación (8).

Tabla 4: Temas de las Investigaciones Cualitativas por Tipo de Investigación.

	Proyectos	Artículos	Tesis
Contenidos	12	19	263
Aspectos formales	5	2	78
Impacto digital	5	7	41
Rutinas profesionales	13	10	58
Estructura	10	4	61
Comunicación estratégica	5	4	70
Audiencia	32	14	136
Educación	4	5	41
Género	5	4	61
Historia	2	1	33
Metainvestigación	1	2	8
Otros		5	4
Total	94	77	854

El balance general de las investigaciones cualitativas revela que los principales temas que preocupan a los investigadores/as españoles son los contenidos mediáticos. Cerca de 300 se han centrado en estudiar las representaciones que vehiculan los medios, lo que constituye el principal objeto de estudio de cerca de un cuarto del total. Esta cifra parece corresponderse con el dominio del análisis de discurso como técnica cualitativa predominante, un resultado que está en consonancia con la superioridad del análisis de contenido en el cómputo general de la investigación española (Martínez Nicolás *et al.*, 2019; Lozano; Gaitán, 2016). Por otra parte, esta tendencia también demuestra el “sesgo contenidista” de una comunidad científica demasiado centrada en la dimensión “discursiva” de la comunicación, muy por encima del esfuerzo dedicado a su dimensión “institucional (empresas, profesionales, políticas públicas, etc.) o social (audiencias, usuarios, efectos e influencia de los medios, etc.)” (Martínez Nicolás *et al.*, 2019).

Los resultados del estudio revelan asimismo que existen diferencias sustanciales dependiendo del tipo de investigación. Los contenidos son el objeto principal de tesis doctorales y artículos, pero no de proyectos de investigación competitivos, la investigación considerada de mayor valor dentro de la jerarquía científica (Beigel, 2015). Ello supone que se ofrece más protagonismo a los mensajes que a los sujetos de la comunicación, tanto a emisores como a audiencias. Este sesgo “contenidista” de las tesis doctorales quizá responda a un doble interés pragmático: el de las tesis doctorales cualitativas, por emprender investigaciones empíricas que les aseguren su futura publicación, y el de hacerlas sobre los contenidos mediáticos, por la facilidad

de acceso y análisis que ofrecen los corpus de estudio (textos), en comparación con los tiempos largos que exigen observaciones y entrevistas o grupos focales.

### 3.3. Medios Investigados

El análisis de los medios analizados ha seguido la clasificación que funciona en el sistema mediático español desde su configuración en la época de la Transición, y que tiene un correlato en el terreno educativo al diferenciar la comunicación audiovisual del periodismo y del ámbito de la publicidad y las relaciones públicas (Martínez-Nicolás, 2020). También se añadió otra categoría para englobar los medios digitales y las nuevas redes. Hay prácticas investigadoras que no se refieren a medios específicos y que, por tanto, no se han considerado en la Tabla 5, bien porque engloban a todos los medios, o porque no se refieren a ninguno sino a ámbitos relacionados, como el género o la educomunicación.

Cuando sí abordan un ámbito mediático, prima sobre todo la comunicación audiovisual, agrupando en esta categoría tanto el cine como la televisión, la radio o la ficción. En total 350 investigaciones han estudiado

Más de la mitad de las investigaciones cualitativas publicadas en las revistas científicas ponen el foco en el ámbito periodístico

cualitativamente los medios audiovisuales. Aunque ha habido investigación cualitativa de los medios audiovisuales en los tres tipos de unidades de análisis, son los artículos los que menos han abordado estos medios, y son las tesis, tanto en número como en proporción, los que más se han enfocado a los medios audiovisuales. Un total de 303 tesis doctorales, un 44% del total, se interesan por el audiovisual. En la investigación de Landa-Montenegro (2004), que analiza las tesis de comunicación del País Vasco, las tesis que estudian la prensa se equiparan a las que analizan los distintos medios audiovisuales. La diferencia en los resultados puede explicarse en función del corte cronológico, dado que el análisis de las tesis en el País Vasco es mucho anterior. Por otro lado, la deriva hacia el audiovisual que ha tenido la comunicación en los últimos años se percibe también en la preocupación de las investigadoras/es que inician la carrera académica eligiendo sus objetos de estudio en este ámbito. Destaca, en este sentido, que las investigaciones sobre los medios audiovisuales superen a las que abordan fenómenos comunicativos en Internet y redes sociales, aunque esto puede explicarse por la novedad de estos ámbitos. Las tesis doctorales necesitan un terreno más explorado en el que asentar sus resultados de investigación. Sin embargo, es en los proyectos y, sobre todo, en los artículos indexados donde se observa el análisis de los medios, plataformas o formatos más novedosos, puesto que muchas revistas científicas están abiertas a la publicación de indagaciones sobre temas originales, objetos novedosos y cuestiones que aporten innovación en el campo de conocimiento.

A pesar del interés creciente por lo audiovisual y los nuevos medios, el mundo periodístico también es un ámbito que ha concentrado el interés de los investigadores/as de la comunicación desde el punto de vista cualitativo, con 236 investigaciones en total. En relación con las diferentes unidades de análisis se puede señalar que ha concentrado más interés de los proyectos competitivos que de las tesis, y, sobre todo, de las publicaciones indexadas, pues más de la mitad de las investigaciones cualitativas publicadas en las revistas científicas pone el foco en el ámbito periodístico, coincidiendo con el estudio de Martínez-Nicolás (2020) que analizaban otro corpus de artículos. Las profundas transformaciones económicas acaecidas en la prensa, los retos a los que se enfrenta por la convergencia multimedia y digital, las nuevas modalidades de periodismo ciudadano, o las difíciles relaciones con el poder político, etc. son temas que justifican que la comunidad académica de la comunicación siga interesada por indagar en los estudios de periodística. Por el contrario, la investigación cualitativa aborda de manera minoritaria el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas, en total 166 investigaciones sobre estos temas, en todos los tipos de investigación, pero especialmente en las revistas indexadas. Esta pauta de primar los artículos sobre prensa podría indicar cierta orientación hacia lo periodístico de las revistas científicas del ámbito de la comunicación, una tendencia que intenta corregirse en la actualidad con una mayor apertura a otros campos de interés a medida que lo audiovisual, la publicidad, las relaciones públicas o la comunicación digital consiguen asentarse en la tradición investigadora del área.

Tabla 5: Medios Analizados en la Investigación Cualitativa, Según el Tipo de Contribución.

	Proyectos I+D+i	Artículos	Tesis Doctorales
Medios audiovisuales	32 (41,5%)	15 (21,7%)	303 (44%)
Prensa	23 (30%)	35 (50,7%)	178 (26%)
Internet y redes	11 (14,2%)	15 (21,7%)	54 (8%)
Publicidad y RRPP	11 (14,2%)	4 (5,7%)	151 (22%)
Investigaciones sobre medios	77 (100%)	69 (100%)	696 (100%)

### 4. Conclusiones

En los últimos años las políticas universitarias y científicas están privilegiando una cultura de la auditoría y la indexación que impone formas de investigar y evaluar importadas de las ciencias naturales, donde priman las investigaciones cuantitativas. Esto puede interpretarse como una especie de *revival* del paradigma positivista, que reduce el peso de la investigación cualitativa en el ámbito social, y que favorece, entre los/las que la practican, una especie de sentimiento de culpa de no ser suficientemente rigurosos y exactos. En la era de los *big data* y la IA, los datos cualitativos son a veces vistos como datos

subjetivos, insignificantes, de pequeña escala y, por tanto, poco fiables. Esta tendencia explica que el peso de la investigación cualitativa en las ciencias de la comunicación se limite a menos de un tercio del total, a pesar de su potencial heurístico para explicar la comunicación, y pese a que métodos cuantitativos y cualitativos están abocados a convivir, y no a confrontarse, desde los múltiples llamados a la triangulación, la investigación multimétodo o la complementariedad metodológica.

Derivada de datos censados por el I+D MapCom 2, la presente contribución ha analizado exclusivamente las investigaciones cualitativas del campo de la comunicación, partiendo de un análisis de contenido de un corpus de 1.025 unidades entre investigaciones doctorales, proyectos competitivos y artículos que, supuestamente, difunden los resultados de los anteriores. En el marco temporal del análisis (2007-2018), las aproximaciones cualitativas parecen disminuir en las revistas de alto impacto, como si estas se penalizaran en los más prestigiosos escaparates de la actividad científica. También resulta problemático que sean menos las mujeres que figuran como primeras autoras en los artículos en relación con la paridad detectada en el caso de tesis e I+D, sobre todo si estudios bibliométricos previos han demostrado que las mujeres tienden a publicar menos artículos en solitario que los hombres (**Castillo; Carretón, 2010**).

En la caracterización de esa investigación cualitativa se ha observado una clara tendencia “contenidista”, pues los esfuerzos investigadores se centran en los contenidos de los medios, siendo mucho menores, en proporción, los que se centran en los actores de la comunicación: creadores/as, emisores, editores/as, audiencias, etc., o en las propias “prácticas” y apropiaciones sociales de las tecnologías mediáticas. No sucede lo mismo en todas las investigaciones. En las producciones científicas más numerosas, las tesis, se observa la pauta de centrarse más en los contenidos, sea por la facilidad de su investigación, sea por la tendencia a investigar lo más conocido y sin arriesgar en ámbitos más novedosos. Esto mismo se detecta en los artículos indexados, tendencia que se rompe en los proyectos, que se centran más en los procesos de consumo y recepción y algo menos en los comunicadores/as y los procesos de producción informativa.

El interés por los contenidos que demuestran las tesis explica que la técnica principal de la investigación cualitativa sea el análisis del discurso, un instrumento que, aunque profundice e interprete los discursos mediáticos, no da voz a actores de los medios como públicos o audiencias, que tienen cada vez más protagonismo en los procesos de la comunicación mediada. La investigación que se realiza al amparo de los proyectos competitivos, y que se vuelca en las revistas de impacto, tiende a dar más protagonismo tanto a esos otros actores como a otras técnicas cualitativas que sirven para analizar actitudes y comportamientos: en sus escenarios, como la observación participante; o en sus testimonios a través de entrevistas en profundidad. En todo caso, las técnicas grupales, tan propias de la sociología, la investigación participativa o el trabajo y la educación social, se utilizan bastante poco en las prácticas investigadoras de la comunicación.

Este escaso uso de los grupos de discusión puede explicarse por el monopolio de la comunicación masiva como tópico de investigación, frente a la comunicación interpersonal o grupal. Dentro de la comunicación masiva, el interés principal pivota entre los medios audiovisuales, protagonistas en el panorama comunicativo actual, y el periodismo. Este último sigue siendo objeto de máximo interés, a pesar de que la comunidad científica debería de prestar cada vez más preocupación por manifestaciones informativas híbridas, como las que parecen interesar al público juvenil y especializado (**Pérez-Escolar et al., 2023**). Más minoritario es el interés por la publicidad y las relaciones públicas, o incluso por Internet y las redes, aunque se observa una mayor inquietud científica por estos nuevos medios en los proyectos y los artículos que, al fin y al cabo, representan la punta de lanza de la investigación en comunicación.

La técnica cualitativa a la que más se recurre en la investigación española en el área de la comunicación es el análisis del discurso

## 5. Financiación

Este artículo es un resultado del proyecto "Mapa de la Investigación en Comunicación en las Universidades Españolas de 2007 a 2018 (<http://www.mapcom.com>)", financiado por el *Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades* de España. Ref.: PGC2018-093358-B-100.

## Referencias

- Almiron, Nuria; Reig, Ramón** (2007). "The Communications Research in Spain: The Political Economy Epistemological Approach". *American Communication Journal*, v. 9, n. 2. <http://hdl.handle.net/11441/28229>
- Ang, Ien** (1990). "Culture and communication: Towards an ethnographic critique of media consumption in the transnational media system". *European Journal of Communication*, v. 5, n. 2, pp. 239-260. <https://doi.org/10.1177/0267323190005002006>
- Barranquero, Alejandro; Limón, Nieves** (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)". *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 72, <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1151es>
- Barranquero, Alejandro; Marín, Beatriz** (2014). "La investigación en comunicación y periodismo ambiental en España. Estado de la cuestión y revisión bibliométrica de las principales revistas académicas en comunicación (2005-2013)". *Prisma Social*, n. 12, pp. 474-505. <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353744531014.pdf>

- Bassi-Follari, Javier** (2014). "Cuantitativo/Cualitativo: El debate paleozoico". *Forum: Qualitative Social Research*, v. 15, n. 2, pp. 7. <https://doi.org/10.17169/fqs-15.2.1993>
- Beigel, Fernanda** (2015). "Culturas [evaluativas] alteradas". *Política Universitaria*, n. 2, pp. 12-21. <https://notables.elaciencia.conicet.gov.ar/handle/11336/43518>
- Bericat, Enrique** (1998). *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social*. Barcelona: Ariel. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=47702>
- Caffarel, Carmen; Gaitán, Juan Antonio; Carlos, Lozano; Piñuel, José-Luis** (2018a). *Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre comunicación*. Salamanca: Comunicación Social. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=731295>
- Caffarel, Carmen; Ortega, Felix; Gaitán, Juan-Antonio** (2018b). "La investigación en comunicación en España: Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades". *Comunicar*, v. 56, pp. 61-70. <https://bit.ly/3hFclB6>
- Castillo, Antonio; Carretón, María-Carmen** (2010). "Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España". *Comunicación y Sociedad*, v. 23, n. 2, pp. 289-327. <https://doi.org/10.15581/003.23.36234>
- Denzin, Norman K.** (1970). *Sociological Methods: A Sourcebook*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315129945>
- Denzin, Norman; Lincoln, Yvonna** (1994). *Handbook of Qualitative Research*. Nueva York: Sage.
- Fernández-Quijada, David** (2012). "El uso de tesauros para el análisis temático de la producción científica : apuntes metodológicos desde una experiencia práctica". *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, n. 29. <http://agora.edu.es/servlet/articulo?codigo=4105774>
- Fernández Quijada, David; Masip, Pere** (2013). "Tres décadas de investigación española en comunicación: hacia la mayoría de edad". *Comunicar*, v. 21, n. 41, pp. 15-24. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-01>
- Ferran, Núria; Guallar, Javier; Abadal, Ernest; Server, Adam** (2017). "Research methods and techniques in Spanish library and information science journals (2012-2014)". *Information Research*, v. 22, n. 1, pp. 1-31. <https://www.informationr.net/ir/22-1/paper741.html>
- Fielding, Nigel** (2005). "The Resurgence, Legitimation and Institutionalization of Qualitative Methods". *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, v. 6, n. 2, pp. 32. <https://doi.org/10.17169/fqs-6.2.455>
- García-Jiménez, Leonarda** (2007). *Las teorías de la comunicación en España. Un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: Tecnos.
- García-Jiménez, Leonarda; Simonson, Peter** (2021). "Roles, aportaciones e invisibilidades femeninas en el campo de la investigación en comunicación". *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, v. 12, n. 2, pp. 13-15. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.20163>
- Gómez-Escalonilla, Gloria** (2020). "La investigación de la comunicación en España desde la Economía Política de la Comunicación". *I/C Revista Científica de Información y Comunicación*, n. 17, pp. 31-56. <https://doi.org/10.12795/IC.2020.101.02>
- Gómez-Escalonilla, Gloria** (2021). "Métodos y técnicas de investigación utilizados en los estudios sobre comunicación en España". *Revista Mediterránea de Comunicación*, v. 12, n. 1, pp. 115-127. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM000018>
- González, Jorge** (1998). *La cofradía de las emociones (in)terminables: miradas sobre telenovelas en México*. Universidad de Guadalajara. <https://www.iberlibro.com/9789688958230/cofradia-emociones-interminables-Miradas-telenovelas-9688958239/plp>
- Goyanes, Manuel; Rodríguez-Gómez, Eduardo F.; Rosique, Gloria** (2018). "Investigación en comunicación en revistas científicas en España (2005-2015): de disquisiciones teóricas a investigación basada en evidencias". *El profesional de la información*, v. 27, n. 6, pp. 1281-1291. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.11>
- Guba, Egon G.** (1990). *The Paradigm Dialog*. Thousand Oaks: Sage.
- Guber, Rosana** (2019). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Buenos Aires: Siglo XXI. <https://www.buscalibre.us/libro-la-etnografia-metodo-campo-y-reflexividad/9789876291576/p/4103404>
- Hatch, J. Amos** (2006). "Qualitative studies in the era of scientifically based research: Musings of a former QSE editor". *International Journal of Qualitative Studies in Education*, n. 19, pp. 403-409. <https://doi.org/10.1080/09518390600790308>
- Hebdige, Dick** (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge. <https://www.routledge.com/Subculture-The-Meaning-of-Style/Hebdige/p/book/9780415039499>
- Heller, Ágnes** (1998). "De la hermenéutica en las ciencias sociales a la hermenéutica de las ciencias sociales". En: *Políticas de la postmodernidad. Ensayos de crítica cultural*. Heller, Ágnes; Fehér, Ferenc (Eds.), pp. 52-100. Barcelona: Península.
- Hernández Carballido, Elvira** (2006). "La categoría género y la investigación en comunicación. Caso específico, la historia de la prensa nacional". *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, v. 48, n. 197, pp. 163-175. <https://doi.org/10.22201/fcyps.2448492xe.2006.197.42535>

- Ibáñez, Jesús** (1992). "La Guerra incruenta entre Cuantitativistas y Cualitativistas". En: *Las Ciencias Sociales en España: Historia inmediata, crítica y perspectivas. 1.Sociología*. Román, Reyes (Ed.), pp. 135-154. Madrid: Universidad Complutense.
- Izquierdo-Iranzo, Patricia; Gaitán, Juan-Antonio; Caffarel, Carmen** (2020). "Mapa de la mujer como sujeto y objeto de la investigación en comunicación en España". *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, v. 37, n. 1, pp. 31-52. <https://doi.org/10.2436/20.3008.01.1892>
- Landa-Montenegro, Carmelo** (2004). "Recopilación de tesis doctorales sobre Comunicación en las Universidades del País Vasco (1996-2000)". *Mediatika*, n. 10, pp. 267-295. <http://ojs.eusko-ikaskuntza.eus/index.php/mediatika/article/view/68>
- Lazcano-Peña, Daniela** (2015). "Comunicación para periodistas. Análisis de los enfoques y autores predominantes en la enseñanza de Teorías de Comunicación en las universidades españolas". *Comunicació: Revista de recerca i d'anàlisi*, v. 32, n. 1, pp. 71-98. <https://doi.org/10.2436/20.3008.01.136>
- Llopis, Ramón** (2007). "El «nacionalismo metodológico» como obstáculo en la investigación sociológica sobre migraciones internacionales". *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, n. 13, pp. 101-117. <https://doi.org/10.5944/empiria.13.2007.1161>
- López-Álvarez, Pablo; Sánchez-Madrid, Nuria; Moreno-Pestaña, José-Luis** (2023). "¿Filosofía para filósofos?". *El País*. <https://elpais.com/opinion/2023-02-18/filosofia-para-filosofos.html>
- López-Rabadán, Pablo; Vicente-Mariño, Miguel** (2011). "Métodos y técnicas de investigación dominantes en las revistas científicas españolas sobre comunicación (2000-2009)". En: *Investigar la comunicación en España*. pp. 665-679. Asociación Española de Investigación de la Comunicación/Universidad Rey Juan Carlos. <https://www.revistacomunicar.com/pdf/documentos/2011-04-Lopez-Vicente.pdf>
- Lozano, Carlos; Gaitán, Juan-Antonio** (2016). "Vicisitudes de la investigación en comunicación en España en el sexenio 2009-2015". *Disertaciones*, v. 9, n. 2, pp. 139-162. <https://doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016.07>
- Lull, James** (1990). *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences*. London: Routledge.
- Martín-Barbero, Jesús** (1993). "La comunicación en las transformaciones del campo cultural". *Alteridades*, n. 5, pp. 59-68. <https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/628>
- Martín-Barbero, Jesús; Muñoz, Sonia** (1992). *Televisión y Melodrama*. Colombia. Tercer Mundo.
- Martínez-Nicolás, Manuel** (2020). "Communication research in Spain (1985-2015). Institutional context, academic community and scientific production". *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 75, pp. 383-414. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1432>
- Martínez Nicolás, Manuel** (2006). "Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento". *Anàlisi*, n. 33, pp. 135-170. <https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/51745>
- Martínez Nicolás, Manuel; Saperas, Enric** (2011). "La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas". *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 66, pp. 101-129. [http://www.revistalatinacs.org/11/art/926\\_Vicalvaro/05\\_Nicolas.html](http://www.revistalatinacs.org/11/art/926_Vicalvaro/05_Nicolas.html)
- Martínez Nicolás, Manuel; Saperas, Enric; Carrasco-Campos, Ángel** (2019). "La investigación sobre comunicación en España en los últimos 25 años (1990-2014). Objetos de estudio y métodos aplicados en los trabajos publicados en revistas españolas especializadas". *Empiria. Revista de metodología de Ciencias Sociales*, n. 42, pp. 37-69. <https://doi.org/10.5944/empiria.42.2019.23250>
- Mato, Daniel** (2002). *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Caracas: CLACSO/FACES/UCV.
- Mattelart, Armand; Michèle, Mattelart** (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mattelart, Armand; Neveu, Erik** (2004). *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Paidós.
- Mattelart, Michèle** (2014). "Género, comunicación e investigación desarrollada por mujeres Michèle Mattelart". *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, v. 1, n. 2, pp. 1-5. <http://revistaieic.eu/index.php/raeic/article/view/23>
- Mauthner, Natasha S.** (2020). "Feminist Methods". En: *SAGE Research Methods Foundations*. Atkinson, Paul; Delamont, Sara; Cernat, Alexandru; Sakshaug, Joseph W.; Williams, Richard A. (Eds.). SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781526421036882369>
- Mejía-Navarrete, Julio** (2004). "Sobre la investigación cualitativa. Nuevos conceptos y campos de desarrollo". *Investigaciones Sociales*, v. 8, n. 13, pp. 277-299. <https://doi.org/10.15381/is.v8i13.6928>
- Montero-Díaz, Julio; Cobo, Manuel-Jesús; Gutiérrez-Salcedo, María; Segado-Boj, Francisco; Herrera-Viedma, Enrique** (2018). "Mapeo científico de la Categoría «Comunicación» en WoS (1980-2013)". *Comunicar*, v. 26, n. 55, pp. 81-91. <https://doi.org/10.3916/C55-2018-08>

- O'Reilly, Karen** (2012). *Ethnographic Methods*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203864722>
- Olivier-de-Sardan, Jean-Pierre** (2018). *El rigor de lo cualitativo. Las obligaciones empíricas de la interpretación socioantropológica*. Madrid: CIS. <https://libreria.cis.es/libros/el-rigor-de-lo-cualitativo/9788474767681>
- Orozco, Guillermo** (1997). "Tendencias generales en la investigación de los medios Un encuentro pendiente". *Comunicación y Sociedad*, n. 30, pp. 101-125. [http://publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/30\\_1997/101-125.pdf](http://publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/30_1997/101-125.pdf)
- Orozco, Guillermo; González, Rodrigo** (2012). *Una coartada metodológica: abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México: Tintable. <https://www.tintable.com.mx/coartada-metodologica>
- Ossadon, Carlos; Salinas, Claudio; Stange, Hans** (2019). *La impostura crítica. Desventuras de la investigación en Comunicación*. Salamanca: Comunicación Social. [https://www.comunicacionsocial.es/libro/la-impostura-critica\\_107961](https://www.comunicacionsocial.es/libro/la-impostura-critica_107961)
- Pardo Abril, Neyla Graciela** (2007). *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura (IECO). <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/20012>
- Pérez-Escolar, Marta; Alcaide-Pulido, Purificación; del Toro, Andrés** (2023). "Nuevos referentes informativos de la generación Z: Estudio del rol de los y las influencers en TikTok como divulgadores/as de contenidos". *Prisma Social: revista de investigación social*, v. 40, pp. 262-288. <https://revistaprimasocial.es/article/view/4863>
- Rajkó, Andrea; Herendy, Csilla; Goyanes, Manuel; Demeter, Marton** (2023). "The Matilda Effect in Communication Research: The Effects of Gender and Geography on Usage and Citations Across 11 Countries". *Communication Research*, <https://doi.org/10.1177/00936502221124389>
- Reinharz, Shulamit** (1992). *Feminist methods in social research*. Oxford: Oxford University Press. <https://global.oup.com/ushe/product/feminist-methods-in-social-research-9780195073867>
- Rodrigo-Mendizábal, Iván** (2018). "Análisis del discurso en Latinoamérica: un estado de arte". *Chasqui: Revista Latinoamericana De Comunicacion*, n. 139, pp. 15-66. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7316679.pdf>
- Rodríguez-Gómez, Eduardo-Francisco; Goyanes, Manuel; Rosique-Cedillo, Gloria** (2018). "La investigación en comunicación en España: temporalidad laboral, producción intensiva y competitividad". *Communication & Society*, v. 31, n. 4, pp. 229-242. <https://doi.org/10.15581/003.31.35684>
- Salgado, Ana-Cecilia** (2007). "Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos". *Liberabit*, v. 13, n. 13, pp. 71-78. <http://www.scielo.org.pe/pdf/lliber/v13n13/a09v13n13.pdf>
- Sanmartín, Ricardo** (1989). "La observación participante". En: *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Ferrando, Manuel García; Alvira, Fernando; Ibáñez, Jesús; Alvira, Francisco (Eds.). Madrid: Alianza.
- Searle, Jhon R.** (1997). *La construcción de la realidad social*. Paidós Ibérica.
- Seawright, Jason** (2016). *Multi-Method Social Science: Combining Qualitative and Quantitative Tools*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781316160831>
- Seid, Gonzalo** (2017). "La pluralidad de procedimientos para alcanzar validez en las investigaciones cualitativas". *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social: ReLMIS*, v. 12, n. 6, pp. 41-55. <http://relmis.com.ar/ojs/index.php/relmis/article/view/72>
- Sisto, Vicente** (2008). "La investigación como una aventura de producción dialógica: La relación con el otro y los criterios de validación en la metodología cualitativa contemporánea". *Psicoperspectivas. Individuo y sociedad*, v. 7, n. 1, pp. 114-136. <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol7-Issue1-fulltext-54>
- Taylor, Steve; Bogdan, Robert** (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Tomàs-i-Folch, Marina; Feixas Condom, Mónica; Bernabeu Tamayo, María; Ruiz-Ruiz, José-María** (2015). "La literatura científica sobre rankings universitarios: una revisión sistemática". *REDU: revista de docencia universitaria*, v. 13, n. 3, pp. 33-54. <https://polipapers.upv.es/index.php/REDU/article/view/5418/5398>
- Tramullas, Jesús** (2020). "Temas y métodos de investigación en Ciencia de la Información, 2000-2019. Revisión bibliográfica". *Profesional de la información/Information Professional*, v. 29, n. 4, pp. e290417. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.17>
- Vallés, Miguel S.** (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.