

Prospectiva de la investigación sobre TV a partir de los Proyectos I+D y Tesis doctorales de 2007 a 2013 en las Facultades españolas de comunicación

Juan Antonio Gaitán Moya, Universidad Complutense de Madrid– jagamo@ucm.es

Carlos Lozano Ascencio, Universidad Rey Juan Carlos– carlos.lozano@urjc.es

José Luis Piñuel Raigada, Universidad Complutense de Madrid– pinuel@ucm.es

Resumen

Se trata de exponer los perfiles descubiertos en el análisis de Tesis Doctorales y de Proyectos I+D de convocatorias estatales que entre 2007 y 2013 centraron su estudio sobre la TV, al objeto de plantear si tales perfiles pueden marcar tendencias susceptibles de abrirle caminos a la investigación social sobre la TV, o por el contrario, si se los cierra. Los datos sobre los estudios a propósito de la TV en Tesis Doctorales y Proyectos I+D proceden de una base elaborada por el Proyecto "MapCom" (www.mapcom.es) que toma en cuenta la formulación de los objetos de estudio, los enfoques epistemológicos, y los métodos, técnicas y líneas de investigación de los proyectos y de las tesis doctorales llevados a término en los centros universitarios españoles donde se imparten titulaciones superiores de Periodismo, Publicidad y RR.PP., Comunicación audiovisual y Documentación. Dado que se ha constatado la tendencia al incremento de titulados superiores cuya formación procede cada vez más de estos centros, es de suponer que la investigación realizada en ellos debiera tomarse en cuenta al anticipar el futuro de la TV.

Palabras clave

Tesis Doctorales, Proyectos I+D, Investigación sobre TV.

Abstract

The aim is to show the profiles found in the analysis of the thesis and R & D Projects of national calls between 2007 and 2013 in the television studio, and ask if such profiles can anticipate likely trends to open avenues of social research on television. Data on the television studies in Thesis and R & D Projects come from a database developed by the "MapCom Project" (www.mapcom.es). This project took into account the development of the objects of study, epistemological approaches and the method, techniques and research of doctoral theses and R & D Projects conducted in Spanish universities that offer degrees in Journalism, Advertising and Public Relations, Audiovisual communication and Documentation. As the growing trend of employment of graduates whose training comes more and more of these centers was observed, makes the experience of their training should be considered to anticipate the future of television.

Keywords

Doctoral Thesis, R & D Projects, Research on TV.

Sumario

1. Estado de la cuestión: objeto de estudio y precedentes. 2. Corpus de análisis y Metodología. 3. Resultados.. 4. Discusión y Conclusiones. 5. Bibliografía.

1.Estado de la cuestión: objeto de estudio y precedentes

Plantearnos anticipar lo que va a ocurrir en un futuro próximo sobre la TV, nos lleva a la consulta de los expertos en el campo de la comunicación social. Pero antes de abordar estudios prospectivos con la consulta a estos expertos mediante técnicas como la entrevista, el Delphi o los Grupos de discusión, conviene revisar los resultados obtenidos en los estudios más recientes sobre los medios de comunicación y la TV en España. Obviando que los estudios de las audiencias pueden marcar orientaciones de futuro, resulta inexcusable plantearse a qué apuntan los trabajos de los profesores investigadores de la comunicación en la universidad española. La cuestión es averiguar en qué centran su atención estos investigadores cuando estudian la TV. Averiguar cuál es su foco de atención en los últimos años puede constituir un indicador de la orientación que experimentará la TV en su futuro más inmediato.

El precedente más cercano, que además nos sirve de fuente de datos sobre el objeto de estudio, es el Proyecto MapCom. En la convocatoria estatal de Proyectos I+D en noviembre de 2013, cuatro equipos coordinados, uno como equipo coordinador con sede en la Universidad Complutense (UCM) y los otros tres en la Universidad del País Vasco (EHU), la *Universitat Jaume I* (UJI), y la Universidad de Málaga (UMA) obtuvieron financiación para realizar un estudio con el título “El sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de Comunicación. Mapa de Proyectos, Grupos, Líneas, Objetos de estudio y Métodos”, conocido posteriormente por el acrónimo MAPCOM. Este proyecto que agrupa a más de 70 investigadores de toda España estudia la producción científica de Tesis Doctorales (TD) y Proyectos I+D (PI+D) de 54 universidades españolas al objeto de crear y configurar un mapa sobre la investigación de las prácticas sociales de la comunicación y cuya representación gráfica e interactiva pueda convertirse en un portal en línea para su consulta frecuente por parte de todos los interesados en este tema.

En la primera fase, de las tres con las que cuenta el proyecto, se han analizado las memorias científicas de todos aquellos PI+D aprobados y financiados entre 2007 y 2013 por convocatorias estatales, así como las TD defendidas en ese mismo periodo. De esa primera etapa se sometieron a un registro analítico 1120 documentos, de los cuales 143 (12,8%) son memorias científicas de PI+D y 977 (87,2%) son TD defendidas en universidades públicas y/o privadas con estudios en Comunicación.

Como más adelante se expondrá con detalle, tanto los PI+D como las TD utilizan la televisión para analizar a través de ella:

- ✓ diversidad de problemas sociales tales como: la inmigración, el cambio social, violencia de género, cambio climático, nuevas profesiones, etc.;
- ✓ los comportamientos asociados con el uso: como recepción y audiencias, entre otros;
- ✓ la implantación de nuevas tecnologías: como convergencia digital, tv a la carta, multi-pantallas, etc.;
- ✓ o contenidos televisivos: como telerrealidad, política, ficción, etc.

La TV como objeto material de estudio tiene muy larga historia en investigaciones académicas, que la propia TVE inicia desde 1965. Tomando en consideración las publicaciones más destacables anteriores a 2007, año en el que comienza la investigación MapCom, los estudios podrían clasificarse según ámbitos temáticos como por ejemplo: “Estudios técnicos (IORTV)”, “Estudios de audiencia”, “Historia de la TV”, “Titularidad pública vs privada”, “Teorías de la TV y Neotelevisión”, “Metodologías de análisis de la TV”, “Programación de TV”, “Recepción de la TV: educación, familia, infancia y juventud”, “TV y Comunicación política”, “TV y publicidad”, “TDT, Nuevos medios y multiplataformas”, y “TV autonómica, comunitaria y local”. A cada uno de estos ámbitos le correspondería una selección de referencias cuyo repertorio bibliográfico completo puede ser consultado en su totalidad en http://www.mapcom.es/media/files/Antecedentes_estudios_TV_BIBLIOGRAFIA.pdf. Por nuestra parte, el repertorio bibliográfico más directamente relacionado con la investigación universitaria aparecida en TD y PI+D, así como en congresos y revistas científicas, se ofrece al final de este trabajo. Y entre otros trabajos citados en este sentido (v.g. Caffarel, C. et al. 1993, Jones, D. 1998, etc., ver Bibliografía) se encuentra la aplicación de dos encuestas electrónicas de alcance internacional, realizadas por el Grupo MDCS y auspiciadas por la AE-IC, por FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social) y por ECREA (*European Communication Research and Education Association*). Estas encuestas se aplicaron en países europeos y latinoamericanos. Los resultados (cfr. Piñuel, 2011) ofrecieron un panorama en el que este objeto de estudio era abordado mediante una elevada interdisciplinariedad científica, pero por un débil desarrollo interdisciplinar en los métodos de investigación y un indefinido mapa de políticas de investigación en cuanto a Proyectos, Grupos y Líneas de investigación.

Como se afirma al exponer los criterios que MapCom ha aplicado a la delimitación de su universo de estudio, limitado al análisis de PI+D y de TD desde 2007 a 2013 y extendido al levantamiento de datos cualitativos y cuantitativos sobre los discursos que producen los Investigadores Principales (IP) y Directores de Tesis Doctorales, así como la comunidad de investigadores censados en asociaciones científicas y en centros de investigación universitaria, quedan otras áreas importantes por explorar, como son aquellas condiciones y procesos de la actividad investigadora universitaria que MapCom no ha podido abordar, y que corresponden a los programas docentes orientados a la investigación, a los equipos consolidados y su inserción en las estructuras universitarias, a la actividad de las asociaciones científicas, y a las publicaciones científicas en revistas, monografías y congresos. De momento en este trabajo somos conscientes de haber proseguido el camino iniciado por quienes nos han precedido y de estar contribuyendo a conocer y dar a conocer cada vez más y mejor el territorio de la investigación universitaria en España sobre prácticas sociales de Comunicación relacionadas con la TV.

2. Corpus de análisis y metodología

Los procesos metodológicos para elaborar el corpus de análisis y su posterior levantamiento de datos en el Proyecto MapCom, partieron de

la consideración, primero, de los criterios orientados a construir el universo de estudio, que fue limitado a la recopilación de TD y de PI+D llevados a término en centros universitarios españoles con estudios reglados de Comunicación, y ello dentro del intervalo temporal del 2007 al 2013, incluidos; después, para diseñar en segundo lugar el procedimiento dirigido a la localización y recopilación de los textos a ser analizados; y tercero, para diseñar el protocolo de análisis de los discursos procedentes de TD y PI+D. Todo ello puede verse justificado en su Presentación General de resultados de los análisis de TD y de PI+D de MapCom.

Los textos de las TD fueron recopilados en su presentación impresa en los ejemplares depositados en las bibliotecas de las Facultades, como es de rigor; la mayoría estaban publicados en formato electrónico. Los textos de los PI+D de convocatorias estatales, fueron facilitados parcialmente por los propios IP; pero en su ausencia, se decidió utilizar para el análisis, los datos proporcionados por un archivo facilitado por el MINECO. Y completado el universo de TD y PI+D (<http://www.mapcom.es/bases-de-datos>), la tarea prosiguió con el diseño del protocolo y la elección de los procedimientos logísticos para el levantamiento de datos.

Las variables elegidas para ser tomadas en consideración en el análisis, por lo que respecta al perfil de identificación de los documentos, fueron *Tipos de documento* (si TD o PI+D), *Año de defensa o solicitud*, *Área de estudio*, *Nombre del Autor o del IP*, *Universidad*, *Título*, *Palabras clave*, *Unidad académica de ubicación* (Departamento, Programa, Grupo de Investigación), e *Idioma*; por lo que atañe a su perfil epistemológico, las variables elegidas servían para señalar el *objetivo de la investigación*, la *naturaleza del campo del que procede el objeto de estudio*, y si hay otro campo de contraste, y finalmente el *escenario o entorno* donde el objeto de estudio es localizado; y por lo que refiere a la metodología empleada, las variables propuestas habrían de servir para señalar el tipo de *muestra seleccionada*, la naturaleza de los datos elaborados y registrados en la investigación, las *técnicas* específicamente utilizadas, y tipos de *triangulación* utilizados para establecer conclusiones; por lo que se refiere al acceso a un sitio Web que ofreciese el texto analizado, el protocolo finalizaba por la recolección de una URL.

En la citada Presentación General de MapCom (en su Anexo 1, págs. 17-22) puede contemplarse la Guía para cumplimentación de los análisis de los cuales proceden nuestros datos referidos a las TD y PI+D cuyo objeto de estudio tomaba en consideración algún aspecto relacionado con la TV, pues tras rellenar todos los cuestionarios, y post-codificar las respuestas a las preguntas abiertas que hubiesen de ser sometidas a procesamientos estadísticos, la post-codificación se centró sólo en las variables de *Título de la investigación* y *Palabras clave*, al objeto de identificar los perfiles de la distribución temática creando nuevas variables para cada una de las dimensiones de los objetos de estudio (Ver su Anexo 2, págs. 23-24). Y esta post-codificación de las variables de *Título de la investigación* y *Palabras clave* constituye la base definitiva sobre la que se ha elaborado este estudio que aquí se presenta, restringido a TD y PI+D en cuyo título aparece referido como objeto de estudio cualquier aspecto relacionado con la TV. Para ello hemos extraído 210 documentos del total analizado en MapCom, es decir, un 18,7%, porcentaje que se corresponde con los documentos relacionados con la televisión. Hay que decir que, de la cantidad seleccionada, 40 casos son PI+D y 170 se corresponden con TD. La relación 9 a 1 entre TD y PI+D, que se manifiesta en MapCom, se mantiene en los documentos centrados en el análisis de la televisión: esto es, 87,2% para las TD y 12,8% para los PI+D.

3. Resultados

3.1. La TV al elegir como objeto de estudio la Comunicación de Masas

En el proyecto MapCom se recopilaban los títulos y palabras clave de todos y cada uno de los documentos analizados correspondientes a PI+D y TD. Posteriormente fueron sometidos a postcodificación con el objeto de extraer variables y categorías correspondientes a cada una de las dimensiones más relevantes de los objetos materiales y formales de estudio explícitamente referidos en los titulares y en las palabras clave, de modo que pudiesen ser estadísticamente procesadas. (Ver Presentación General su Anexo 2, págs. 23-24). Y gracias a ello, se pudieron elaborar listados con el resumen de sus objetos de estudio, que en este trabajo ya sólo son tomados en consideración si tienen a la TV en su foco de interés. A este propósito pueden consultarse los cuadros que aparecen en los archivos 3 y 4 de <http://www.mapcom.es/bases-de-datos>. En estos archivos aparecen contabilizados respectivamente los Proyectos I+D entre 2007 y 2013 cuyo objeto de estudio está relacionado con la TV y las Tesis Doctorales que también en el mismo período tuvieron como objeto de estudio la TV. En ambos archivos (respectivamente http://www.mapcom.es/media/files/Proyectos_I_D_20072013_sobre_TV.pdf, el primero, y http://www.mapcom.es/media/files/Tesis_Doctorales_20072013_sobre_TV.pdf el segundo) la primera columna contabiliza los PI+D y las TD por Comunidades Autónomas y, en las columnas siguientes, las correspondientes casillas donde se especifica cuál es la universidad, por su acrónimo, cuál es el tema más importante que cada PI+D y cada TD aborda en relación a la TV, cuáles son los asuntos con los que ese tema se relaciona y, finalmente, las URL si constan, para los documentos originales. Catalunya es la comunidad autónoma que más PI+D realiza en el período analizado con 12 (30%), seguida de Madrid con 9 (22,5%) y a continuación la comunidad foral de Navarra con 5 (12,5%). De esta última cabe destacar la participación de la Universidad de Navarra (de titularidad privada) que a pesar de estar lejos en el número de PI+D realizados por las universidades catalanas y madrileñas, está en este tema muy por encima de las universidades públicas y privadas del resto del Estado español. Por su parte, en el Cuadro de las Tesis Doctorales éstas están recopiladas siguiendo los mismos criterios. Y a este propósito habría que llamar la atención de que Madrid es la comunidad autónoma que más TD realiza en el período analizado con 55 (32,3%) seguida de Catalunya con 39 (22,9%) y a continuación la *Comunitat Valenciana* con 19 (11,2%). Y en lo que se refiere a las universidades con mayor número de TD centradas sobre algún aspecto de la TV, son la UCM con 41 y la UAB con 25, cada una de ellas multiplicando respectivamente por 3 y por 2 el número de TD que sobre el mismo objeto se defendieron en las autonomías de Andalucía (15) y Galicia (15). Si comparamos las TD leídas por universidad en el proyecto MapCom, es decir, con independencia de si están centradas o no en la televisión, habría que decir que la UCM con 265 (27,1%) es, sin duda, la universidad española que más productividad tiene en este sentido. En el estado español le sigue, muy lejos, la UAB con 67 (6,8%) y en tercer lugar la UMA con 57 (5,8%). En este contexto, podría uno preguntarse: ¿existe una relación directa entre las comunidades autónomas y el número de universidades con estudios de comunicación? Es decir, ¿se podría sostener que mientras exista un mayor número de universidades con grados y postgrados en comunicación en determinada comunidad autónoma más TD se van a defender? La realidad nos dice que no, puesto que la comunidad autónoma que más universidades con estudios de comunicación tiene es Catalunya (11) y está en segundo lugar en la tabla de las TD

relacionadas con la TV. Otro caso representativo es Valencia que cuenta con seis universidades con estudios de comunicación y sin embargo está en tercer lugar en el ranking de las TD relacionadas con la TV. Madrid, en cambio, aunque tiene nueve universidades con estudios de comunicación, sólo cuatro aportan TD y PI+D y, de éstas, el 73% salieron de la UCM (de hecho esta universidad tiene el mérito de contar con la tercera parte de todas las tesis defendidas en las universidades españolas en el periodo analizado). El hecho de que se hayan defendido en la UCM una de cada tres TD centradas en la televisión y también una de cada tres TD centradas en general en comunicación, le da a este centro académico una valoración diferente como referencia de la productividad de la investigación en comunicación en España.

3.2. El análisis de la TV para el estudio de prácticas sociales

Los temas de investigación más específicos de los PI+D y las TD se han agrupado en las categorías comunicacionales: *De Masas*, *Grupal*, *Interpersonal*, *Organizaciones* y *Otros* varios. En este sentido, cabe señalar que los PI+D y las TD relacionados con la televisión tienen una vinculación mucho más estrecha con los medios de comunicación de *masas* (76%) que con los demás objetos de estudio. Así pues tres de cada cuatro investigaciones dedicadas a la televisión configuran su objeto de estudio en el ámbito de los medios de comunicación, mientras que el resto de investigaciones se divide equitativamente enfocando objetos de estudio relacionados con la comunicación *interpersonal*, *grupal* y en las *organizaciones*. Ahora bien, si analizamos por separado los PI+D y las TD relacionados con la televisión, nos daremos cuenta de que las TD guardan una proporción similar a la señalada anteriormente, es decir, el 80% de las TD relacionadas con la TV se enmarcan en el ámbito de los Medios de *masas*, mientras que el porcentaje restante se divide en las otras categorías comunicacionales. Pero, por su parte, los PI+D bajan considerablemente la proporción de trabajos enfocados sobre los Medios de *masas* (un 60%) mientras que el porcentaje restante se divide también equitativamente en objetos enmarcados en la comunicación *interpersonal*, de *organizaciones* y *otros*.

Al comparar estos resultados con el proyecto Mapcom podemos decir que poco más de la mitad (59,8%) de todos los documentos analizados, tanto TD como PI+D, cuentan con un objeto de estudio que tienen que ver con la comunicación de *masas*, proporción que es muy similar tanto en las TD (60,3%), como en los PI+D (56,6%). Lo anterior marca mucho el tipo de investigación, tanto que puede afirmarse que la mitad de todas las investigaciones en comunicación que se hacen en España tratan sobre los medios de *masas*.

En general, cuando la TV es objeto material de estudio en PI+D y TD, puede ser debido al interés por descubrir prácticas sociales en torno a ella, tales como aspectos relacionados con la *Producción*, el *Consumo*, las *Representaciones* (o contenidos que vehiculan sus discursos), las *Regulaciones* que le atañen, o si se abarcan *Varios* u *Otros* de estos supuestos, y si ello es detectado cuando el análisis de la TV se plantea (objeto formal) desde el interés por conocer el panorama de la Comunicación de *Masas* o bien desde el interés por conocer fenómenos de la comunicación *interpersonal*, de la comunicación *grupal* o de la comunicación en las *organizaciones*.

En las Tablas 1 y 2 se muestra cómo en general los PI+D y las TD distribuyen sus perfiles en función de estos supuestos. Por su parte en la Tabla 2, los PI+D y las TD delimitan sus objetos de estudio en función de cuatro tipos de objetivos: 1. *Describir* o detallar prácticas de comunicación sin imponer ningún tipo de paradigma teórico; 2. *Explicar* o relacionar prácticas de comunicación para proponer modelos de investigación; 3. *Evaluar* o validar modelos de investigación dependiendo de cuáles sean las prácticas de comunicación que se analizan; y, 4. *Intervenir* o mediar en las prácticas de comunicación usando y validando determinados patrones consolidados de investigación.

Y como puede observarse en la Tabla 1, son las prácticas sociales de construir *representaciones* lo que con mayor frecuencia interesa descubrir cuando se estudia la TV como un objeto de estudio propio de la *Comunicación de Masas*, tanto si se trata de PI+D como de TD. Y en la Tabla 2 puede advertirse que en los PI+D son las prácticas sociales de construir *representaciones* los objetos formales más frecuentes si el objetivo de la investigación es *Explicar*, mientras que en las TD al analizar la construcción de *representaciones* el objetivo es *Describir*. Esto posiblemente es debido a que a la TV, sobre cualquier otro medio, se le presupone una capacidad de influencia relevante en la construcción social de representaciones y sus prácticas derivadas. Los PI+D no tienen un propósito dominante a la hora de configurar sus objetos de estudio relacionados con la televisión, pues una tercera parte (37,5%) de estos PI+D *explican* o relacionan prácticas de comunicación para desarrollar prototipos de investigación, y en otra tercera parte (35%) *describen* o detallan prácticas de comunicación sin imponer ningún tipo de paradigma teórico. Uno de cada cuatro PI+D relacionados con la TV *evalúan* o validan modelos de investigación dependiendo de cuáles sean las prácticas de comunicación que se analicen y tan solo un caso (2,5%) de los PI+D *interviene* en las prácticas de comunicación usando y validando determinados patrones consolidados de investigación.

DOCUMENTO			Objeto de estudio					Total
			Masas	Grupa	Interpersona	Organizaciones	Otros	
Proyecto I+D	Prácticas	Recuento	0		6	5	5	16
		%	0,0%		15,0%	12,5%	12,5	40,0%

									%		
		Consumo	Recuento	4			0	0	0	0	4
			%	10,0%			0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%
		Producción	Recuento	6			0	0	0	0	6
			%	15,0%			0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	15,0%
		Representaciones	Recuento	12			0	0	0	0	12
			%	30,0%			0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	30,0%
		Varios	Recuento	2			0	0	0	0	2
			%	5,0%			0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%
		Total	Recuento	24			6	5	5	5	40
			%	60,0%			15,0%	12,5%	12,5	100,0	%
		Tesis Doctoral	Prácticas sociales.		Recuento	0	10	6	12	6	34
				%	0,0%	5,9%	3,5%	7,1%	3,5%	20,0%	
				Consumo	Recuento	17	0	0	0	0	17
%	10,0%				0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%		
Otro	Recuento			1	0	0	0	0	1		
	%			0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%		
Producción	Recuento			56	0	0	0	0	56		
	%			32,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	32,9%		
Regulaciones	Recuento			1	0	0	0	0	1		
	%			0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%		
Representaciones	Recuento			60	0	0	0	0	60		
	%			35,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	35,3%		
Varios	Recuento			1	0	0	0	0	1		
	%			0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%		
Total	Recuento			136	10	6	12	6	170		
	%			80,0%	5,9%	3,5%	7,1%	3,5%	100,0		

Fuente elaboración propia

Tabla 2. PRAC. SOC. * OBJETIVOS * DOCUMENTO											
DOCUMENTO			OBJETIVOS					Total			
			Describir	Evaluar	Explicar	Intervenir	NP/NC				
Proyecto I+D	PRAC. SOC.		Recuento	6	5	5	0		16		
			% del total	15,0%	12,5%	12,5%	0,0%		40,0%		
		Consumo	Recuento	2	0	1	1		4		
			% del total	5,0%	0,0%	2,5%	2,5%		10,0%		
		Producción	Recuento	2	1	3	0		6		
			% del total	5,0%	2,5%	7,5%	0,0%		15,0%		
		Representaciones	Recuento	3	4	5	0		12		
			% del total	7,5%	10,0%	12,5%	0,0%		30,0%		
		Varios	Recuento	1	0	1	0		2		
			% del total	2,5%	0,0%	2,5%	0,0%		5,0%		
		Total	Recuento	14	10	15	1		40		
			% del total	35,0%	25,0%	37,5%	2,5%		100,0%		
		Tesis Doctoral	PRAC. SOC.		Recuento	15	3	15	1	0	34
					% del total	8,8%	1,8%	8,8%	0,6%	0,0%	20,0%
Consumo	Recuento			12	2	3	0	0	17		
	% del total			7,1%	1,2%	1,8%	0,0%	0,0%	10,0%		
Otro	Recuento			1	0	0	0	0	1		
	% del total			0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%		
Producción	Recuento			34	1	18	3	0	56		
	% del total			20,0%	0,6%	10,6%	1,8%	0,0%	32,9%		
Regulaciones	Recuento			1	0	0	0	0	1		
	% del total			0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%		
Representaciones	Recuento			36	1	19	3	1	60		
	% del total			21,2%	0,6%	11,2%	1,8%	0,6%	35,3%		
Varios	Recuento			1	0	0	0	0	1		
	% del total			0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%		
Total	Recuento			100	7	55	7	1	170		
	% del total			58,8%	4,1%	32,4%	4,1%	0,6%	100,0%		
					% del total	17,1%	1,0%	10,0%	1,4%	0,0%	29,5%
					Regulaciones	Recuento	1	0	0	0	0
				Regulaciones	% del total	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
					Representaciones	Recuento	39	5	24	3	1
				Representaciones	% del total	18,6%	2,4%	11,4%	1,4%	0,5%	34,3%
					Varios	Recuento	2	0	1	0	0
		Varios	% del total	1,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	1,4%		
			Total	Recuento	114	17	70	8	1	210	
		Total	% del total	54,3%	8,1%	33,3%	3,8%	0,5%	100,0%		

Fuente elaboración propia

Las TD, por el contrario, tienen un propósito dominante a la hora de configurar sus objetos de estudio relacionados con la televisión. Poco más de la mitad (58,8%) tiene el propósito de *describir* o detallar prácticas de comunicación sin imponer ningún tipo de paradigma teórico, y una de cada tres TD (32,4%) *explica* o relaciona determinadas prácticas de comunicación para proponer modelos de investigación¹.

3.3. La proyección temporal de la selección de soportes mediáticos para el estudio de la TV

Cuando se plantea hacer una prospectiva, se suele escoger ya sea las técnicas de consulta a expertos (Delphi, Grupos de discusión, Entrevistas en profundidad, etc.) ya sean modelos experimentales de simulación de tendencias, al manipular variaciones temporales de factores. En cualquier caso, ambas alternativas requieren sea conocida previamente la evolución histórica de los fenómenos en estudio, al objeto de descubrir qué es lo que cambia y qué es lo que permanece para proyectarlo al futuro que se desea anticipar. Si en los apartados anteriores se ha contemplado cuáles son los perfiles descubiertos en PI+D y TD al estudiar la TV considerando si su estudio formaba parte del análisis de la Comunicación de Masas, o bien, de otros tipos de comunicación social (como los de comunicación *interpersonal, grupal*, o de *organizaciones*) y ello tomando en cuenta qué prácticas sociales se aspiraban a conocer (como el *consumo*, la *producción*, las *regulaciones* normativas, o las *representaciones* de los discursos televisivos, etc.) ahora vamos a poner el foco sobre la elección de soportes mediáticos a través de los cuales se ha analizado la TV, año tras año. En los Gráficos 1 y 2 se muestran respectivamente para los PI+D y para las TD cuáles son las diferencias año por año, de 2007 a 2013 inclusive, entre la selección del soporte mediático de TV por canales convencionales, la selección de canales *transmedia* (Cibermedios, RR. SS., Videojuegos, etc.), o bien la selección de otros soportes alternativos, como portales de prensa, portales corporativos de empresas e instituciones, etc. Si se comparan ambos gráficos, en los cuales se ilustra cómo cada año se distribuyen las proporciones entre soportes mediáticos elegidos para el estudio de la TV, puede advertirse que en los PI+D la TV convencional es un soporte cuya elección se va incrementando en detrimento de los *otros* soportes citados, articulándose en la preferencia de los investigadores de la elección de los *ciber-transmedia*. En cambio, en las TD es la elección de los soportes convencionales de TV la que prima siempre, mientras que la elección de los *ciber-transmedia* se muestra suavemente en ascenso. Pensamos que la naturaleza de la producción investigadora de las TD explica esta diferencia respecto a los PI+D, pues la actividad investigadora universitaria sobre prácticas sociales de Comunicación en las TD es, sobre todo, fiduciaria de los procesos orientados más a la legitimación académica de los investigadores que a la innovación en la producción de conocimientos contrastables por su consistencia o por sus aplicaciones.

Gráfico 1: EVOLUCIÓN DE LA CUOTA PONDERADA POR AÑO EN LA ELECCIÓN DE SOPORTES EN PROYECTOS I+D (2007-2013)

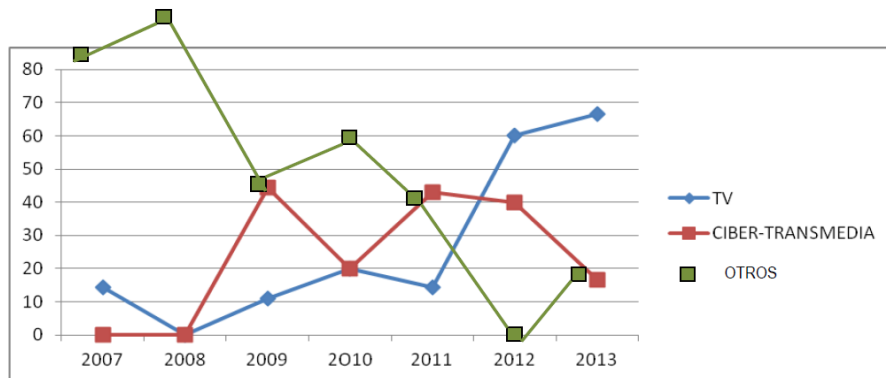
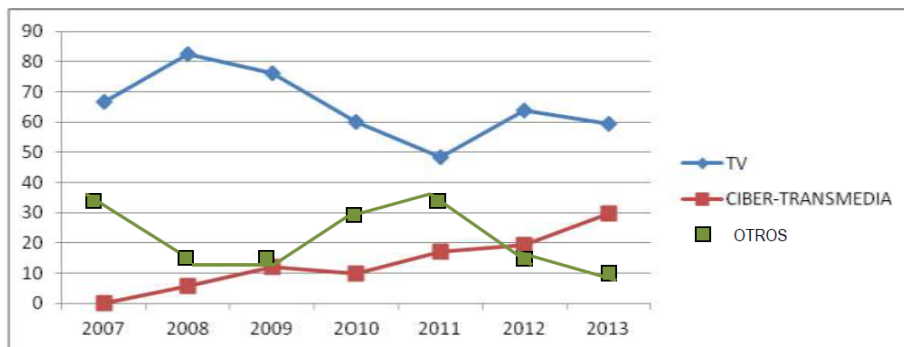


Gráfico 2: EVOLUCIÓN DE LA CUOTA PONDERADA POR AÑO EN LA ELECCIÓN DE SOPORTES EN TESIS DOCTORALES (2007-2013)



4. Discusión y conclusiones

Los datos que aquí se han presentado y comentado, proceden de una fuente de la meta-investigación sobre comunicación cuyas

¹ En este tema también existe mucha similitud con los datos procedentes del proyecto MapCom, pues en dicho repositorio las TD cuyo objetivo es *describir* también son poco más de la mitad (56,1%), y las TD cuyo objetivo es *explicar*, igualmente, es más o menos una de cada tres (30,2%)

limitaciones residen en el hecho de haber analizado solo los PI+D y las TD desde 2007 a 2013. Quedan, en efecto, otras áreas importantes para explorar los perfiles de la tendencia de la investigación en comunicación relacionada con la TV. Como por ejemplo, en lo que atañe al ámbito universitario, las memorias TFG y TFM, y los proyectos I+D financiados por convocatorias autonómicas y locales, además de los programas docentes orientados a la investigación, los equipos de investigación consolidados y su inserción en las estructuras universitarias; y en lo que se refiere a los escenarios extrauniversitarios, los artículos, monografías y comunicaciones que son publicados en revistas científicas, editoriales y congresos, más la propia actividad de las asociaciones científicas. Tales objetos de estudio merecen ser analizados en posteriores investigaciones, y los datos aquí presentados constituyen exclusivamente un avance para que puedan ser abordados a partir de este primer desbroce.

Consideramos que esta elección del objeto de estudio representa una opción adecuada porque la institucionalización social de la producción de discursos científicos se desarrolla desde hace siglos dentro del ámbito académico de las universidades, donde se proclama el reconocimiento de competencias científicas de profesores e investigadores entre los que sus académicos suelen ser cooptados por medio de los rituales de paso como son las Tesis y los Proyectos competitivos. Ahora bien, tesis y proyectos competitivos se encaran siguiendo líneas de investigación desde disciplinas diversas del campo de las ciencias sociales y humanas. Y si la recopilación y estudio de Tesis y Proyectos se hiciese siguiendo la selección de objetos de estudio (que en nuestro caso además se ha restringido a la televisión) el universo de textos y fuentes se expandiría por el simple hecho de que son muchas las disciplinas que promueven líneas y proyectos de investigación sobre ese objeto. Nuestro reto, al igual que el de MapCom, ha sido apostar por un territorio propio circunscrito al ámbito de la institucionalización universitaria de los estudios de Comunicación. Y esta institucionalización progresó en el mundo español y latinoamericano con la creación y la reproducción de las Facultades Universitarias en torno a las Ciencias de la Comunicación/Información, que requirieron naturalmente cooptar sus académicos por medio de tales rituales de paso. Y dado que se ha constatado la tendencia al incremento de titulados superiores cuya formación procede cada vez más de estos centros universitarios (Vivar Zurita H, & al. 2012), es de suponer que la investigación realizada en ellos debiera tomarse en cuenta al anticipar el futuro de la TV.

No existe una relación directa entre las comunidades autónomas y el número de universidades con estudios de comunicación. No se puede confirmar que a mayor número de universidades con grados y postgrados en comunicación en determinada comunidad autónoma, más TD hayan sido defendidas y/o se vayan a defender. Como se ha señalado, la comunidad autónoma que más universidades con estudios de comunicación tiene es Catalunya (11) y está en segundo lugar en la tabla de las TD relacionadas con la TV.

En general, cuando la TV es objeto material de estudio en los PI+D y las TD, puede ser debido al interés por descubrir prácticas sociales en torno a ella, tales como aspectos relacionados con la *Producción*, el *Consumo*, las *Representaciones* (o contenidos que vehiculan sus discursos), las *Regulaciones* que le atañen, etc. Pero los datos muestran que las prácticas sociales a las que se les presta mayor atención son las de construcción de *representaciones* a través de los discursos audiovisuales. En el cuadro de referencias bibliográficas citado anteriormente se puede comprobar (http://www.mapcom.es/media/files/Antecedentes_estudios_TV_BIBLIOGRAFIA.pdf) que en las tres primeras décadas (60, 70 y 80) se producía un predominio de la investigación centrada en la **Producción**, y que en la década de los 90 y en la primera del siglo XXI el predominio correspondía a los estudios de **Recepción**; pero a partir de 2007 y hasta 2013, el interés por la TV se ha circunscrito a la construcción de **Representaciones**, y esto pasa, cuando el análisis de la TV se plantea desde el interés por conocer el panorama de la Comunicación de *Masas* y no sucede cuando se interesa conocer fenómenos de la comunicación *interpersonal*, *grupal* o en las *organizaciones*. Si el interés es conocer la comunicación *interpersonal* la investigación se centra en la práctica del **Consumo** (no en la construcción de Representaciones); si el interés es conocer la comunicación *grupal* o en las *organizaciones* la práctica social que más se vincula a estas en la investigación es también la de **Consumo**. Así pues, son las prácticas sociales de construir representaciones lo que con mayor frecuencia interesa descubrir cuando se estudia la TV como un objeto de estudio propio de la Comunicación de *Masas*, tanto si se trata de PI+D como de TD. Ahora bien, en los PI+D son también las prácticas sociales de construir representaciones los objetos formales más frecuentes si el objetivo de la investigación es **Explicar**, mientras que en las TD al analizar la construcción de representaciones el objetivo es **Describir**. Esto posiblemente es debido a que a la TV, sobre cualquier otro medio, se le presupone una capacidad de influencia relevante en la construcción social de representaciones. Las TD, de hecho, tienen un propósito dominante, el propósito de *describir* o detallar prácticas de comunicación sin imponer ningún tipo de paradigma teórico, a la hora de configurar sus objetos de estudio relacionados con la televisión, y en menor medida *explicar* o relacionar determinadas prácticas de comunicación para proponer modelos de investigación. En este caso existe mucha similitud con los datos generales sobre la meta-investigación del proyecto MapCom, pues en su repositorio las TD cuyo objetivo es *describir* también son poco más de la mitad, y las TD cuyo objetivo es *explicar*, igualmente, es más o menos una de cada tres.

Finalmente, de acuerdo con la evolución de los estudios sobre TV que se han presentado, la prospección que cabe hacer a propósito del futuro de la TV está ligada a un escenario donde la denominada *Hipótesis de la similitud funcional* parece cumplirse. Recuérdese que ésta señala que los medios tienen funciones específicas y, sólo cuando se solapan, los más competentes desplazan a los más inadecuados. Así, por ejemplo, la radio ocupó su espacio funcional ante la prensa y el libro, y después la TV ante la radio; y todos estos medios encontraron un ámbito de autonomía singular que garantizó su permanencia ante la emergencia de nuevos medios, y también otro ámbito de competencia en el espacio mediático donde tuvieron que dirimir su primacía, a riesgo de ser relegados.

En este sentido, podemos aventurarnos a realizar una previsión que augura, por un lado, la subsistencia de la TV convencional y, por otro lado, una evolución necesaria del medio TV relacionada con la transmutación que experimentará en su relación con los ciber-transmedia. Así, cabe esperar que la permanencia de la TV convencional posea un futuro ligado a su especificidad funcional como medio. La TV convencional ha sido un medio de recepción grupal (con los amigos, en el bar, en los clubes) sobre todo cuando ha servido para la retransmisión de grandes acontecimientos (políticos, deportivos, etc.). Pero, sobre todo, la televisión convencional es el medio catalizador del grupo familiar, y en el hogar no hay que olvidar que la TV convoca a los espectadores delante del aparato receptor cuando éstos han acabado otras tareas: ésta es precisamente la razón principal (si no se trata de acontecimientos noticiosos de alcance) de la existencia de las franjas de mayor audiencia (*de prime time*). Aunque el impacto televisivo puede venir dado por la importancia del acontecimiento de referencia (catástrofes naturales, atentados, magnicidios, la muerte de un Papa, la investidura de un Presidente de los EE. UU, la boda de un Príncipe), es en la excepcionalidad que suponen estas retransmisiones en directo para los grupos sociales de recepción, lo que garantiza su trascendencia mediática (social, religiosa, política, cultural, etc.), y donde reside en gran parte el vigor televisivo y la ventaja

diferencial con otros medios. Por su parte, la evolución de las prácticas audiovisuales y la introducción de las TIC's, en el marco de la sociedad globalizada por los medios de comunicación, demanda un nuevo tipo de televisión en el que cada usuario pueda participar como sujeto activo. La interactividad que permite la TV vinculada con otros medios que aquí denominamos Ciber-transmedia (las redes sociales, los videojuegos, etc.), y que va captando progresivamente más públicos en las edades más jóvenes, exige a los programadores de TV una apuesta por programas de mayor impacto asociados a nuevos dispositivos electrónicos (móviles, tabletas, etc.). En el ciberespacio la neo-televisión encuentra su papel: la nueva TV procura nuevos productos que logran impactar a las audiencias, captarlas y retenerlas ante el televisor más y durante más tiempo, transfundiéndolas a los grupos comunitarios de las redes (webs y plataformas de programas, series, foros de fans, etc.). Recíprocamente, los contenidos que aparecen en las redes sociales revierten al medio TV para nutrir todos los programas de las parrillas, desde los informativos a los *reality*, pasando por los magazines, concursos y los programas de zapping, entre otros. Es decir, para cada usuario, la TV digital que viene se confundirá e integrará con el resto de los medios en un *cluster* multipantalla personal, de modo que a través de internet, usando conexiones de banda ancha, puedan verse, seguirse y usarse los contenidos de TV, y también a través del propio aparato receptor del televisor, acceder a ellos como hoy lo hace un usuario de un ordenador o un móvil con libre acceso a internet y a las redes sociales.

5. Bibliografía

- Cáceres, M. Dolores; Carmen Caffarel [En línea] (1993): "La investigación sobre comunicación en España. Un balance cualitativo", en Telos, n. 32. Diciembre 1993 -febrero 1994, pp. 109-124. http://www.campusred.net/TELOS/antiores/num_032/index_032.html?inves_docu_mentos0.html . [Consulta: diciembre /2007]
- Civil i Serra, Maerta, & Reguero i Jiménez, Núria (2008) La investigación en comunicación en España. Análisis de los proyectos competitivos aprobados en el marco del Plan Nacional I+D+I 2004-2007. 2º Congreso Nacional de la AE-IC Santiago de Compostela.
- Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología (CICYT) [en línea] (2003): Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2004-2007. Madrid: Ministerio Ciencia y Tecnología (MCyT).
- Fuentes, e. & Arguimbau, LL (2010) Las tesis doctorales en España (1997-2008): análisis, estadísticas y repositorios cooperativos. Revista Española de Documentación Científica, , vol. 33, n. 1, pp. 63-89. [Journal Article (Print/Paginated)]
- Fuentes, e. & Arguimbau, LL (2009) Tesis doctorales en España: análisis de la bibliografía específica y su accesibilidad. Ibersid: revista de sistemas de información y documentación. Vol 3 (2009) http://www.mec.es/ciencia/jsp/plantilla.jsp?area=plan_idi&id=3 [consulta: diciembre de 2007]
- Jones, Daniel E. (coord.) (1991): Directori espanyol d'investigació en comunicació = Directorio español de investigación en comunicación = Spanish directory on mass communication research 1991. Barcelona: CEDIC.
- Jones, Daniel E. (coord.) (1995): Directori espanyol d'investigació en comunicació = Directorio español de investigación en comunicación = Spanish directory on mass communication research 1995. Barcelona: CEDIC.
- Jones, Daniel E. [en línea] (1998): "Investigación sobre comunicación en España: evolución y perspectivas", en Zer, núm. 5. <http://www.ehu.es/zer/zer5/1jones.html> [consulta: enero 2008]
- Jones, Daniel E. [et al.] (2000): Investigación sobre comunicación en España. Aproximación bibliométrica a las tesis doctorales (1926-1998). Barcelona: ComCat.
- Jones, Daniel E. (2007): "La comunicación en el escaparate", en Bernardo Díaz Nosty (dir.): Tendencias 06. Medios de comunicación. El año de la televisión. Madrid: Fundación Telefónica, pp. 447-456.
- Lozano A., C. & Vicente M., M. (2010) "La enseñanza universitaria de las Teorías de la Comunicación en Europa y América Latina", en Revista Latina de Comunicación Social, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 255 a 265, DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-898-255-265.
- Piñuel Raigada, J.L. (2011) La docencia y la investigación universitarias en torno a la Comunicación como objeto de estudio en Europa y América Latina. Cuadernos Artesanos de Latina. Nº 15. La Laguna (Tenerife),
- Piñuel Raigada, J.L., Lozano A., C., García Jiménez, A. Eds. (2011) Investigar la comunicación en España. Vol. I. Universidad Rey Juan Carlos. Campus Fuenlabrada (Madrid)
- Vicente-Mariño, M., González-Hortigüela, T., y Pacheco-Rueda, M. Coord. (2013) Investigar la comunicación hoy: revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas. Actas del II Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación y del Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación (Segovia, 2-3 de mayo de 2013).
- Vivar-Zurita, H & García-García, A (2012) "La adaptación de la formación reglada y continua a la Comunicación/Adaptation of official education and continuing professional development in the field of Communication. Revista Latina de Comunicación Social. 67: 347-361.

Cómo citar este artículo en bibliografías – How to cite this article in bibliographies / references:

GAITÁN-MOYA, J. A.; LOZANO-ASCENCIO, C.; PIÑIUEL-RAIGADA, J. L. (2016): "Prospectiva de la investigación sobre TV a partir de los Proyectos I+D y Tesis doctorales de 2007 a 2013 en las Facultades españolas de comunicación". *En Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, vol. 3, número 6, pp. 51-59.