

La formación de periodistas en Metodología en las universidades españolas para un perfil académico y de consultoría digital

Pilar Sánchez-García
Miguel Vicente Mariño

Universidad de Valladolid

pilar.sanchez@uva.es

miguel.vicente@uva.es



Fecha de presentación: enero de 2020

Fecha de aceptación: mayo de 2020

Fecha de publicación: junio de 2020

Cita recomendada: SÁNCHEZ-GARCÍA, P. y VICENTE MARIÑO, M. (2020). «La formación de periodistas en Metodología en las universidades españolas para un perfil académico y de consultoría digital». *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 62, 57-75. DOI: <<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3282>>

Resumen

Este artículo examina la evolución de la formación en investigación científica que ofrece la universidad española a los estudiantes de Periodismo para comprobar si se potencia el rol de docente investigador y analista consultor de la comunicación, aspecto especialmente relevante en un momento de transformación mediática y de innovación del sector. Se recurre a un análisis de contenido de los programas y las guías docentes de 40 universidades contemplando las modificaciones programáticas de esta disciplina de Metodología durante las dos últimas décadas. La evolución de esta materia durante este tiempo indica la limitada importancia que se otorga al perfil de investigador consultor del periodista, puesto que son poco más de la mitad las facultades que ofrecen asignaturas de orientación metodológica. Igualmente, el estudio de las guías docentes refleja que resulta marginal la inclusión de nuevas herramientas y enfoques metodológicos en una materia que se encuentra ya inmersa en el contexto de las humanidades digitales, de los macrodatos y de las redes sociales, reproduciéndose, principalmente, contenidos y técnicas de investigación clásicas de las ciencias sociales.

Palabras clave: perfil profesional; periodismo; metodología; investigación; enseñanza universitaria; España

Resum. *La formació de periodistes en Metodologia a les universitats espanyoles per a un perfil acadèmic i de consultoria digital*

Aquest article examina l'evolució de la formació en recerca científica que ofereix la universitat espanyola als estudiants de Periodisme per comprovar si es potencia el rol de docent investigador i analista consultor de la comunicació, aspecte especialment rellevant en un moment de transformació mediàtica i d'innovació del sector. Es recorre a una anàlisi de contingut dels programes i les guies docents de quaranta universitats considerant les modificacions programàtiques de la disciplina de Metodologia durant les dues últimes dècades. L'evolució d'aquesta matèria indica la limitada importància que s'atorga al perfil d'investigador consultor del periodista, ja que són poc més de la meitat les facultats que ofereixen assignatures d'orientació metodològica. Igualment, l'estudi de les guies docents reflecteix que resulta marginal la inclusió de noves eines i enfocaments metodològics en una matèria que ja es troba immersa en el context de les humanitats digitals, de les macrodades i de les xarxes socials, i en el qual es reproduïxen, principalment, continguts i tècniques de recerca clàssiques de les ciències socials.

Paraules clau: perfil professional; periodisme; metodologia; recerca; ensenyament universitari; Espanya

Abstract. *The methodological training of journalists in Spanish universities for an academic and digital consulting profile*

This article examines the evolution of scientific research training of journalism students in Spanish universities. The aim is to determine if such training promotes the role of teachers/researchers and analysts/consultants in the field of communication, especially at a time of media transformation and innovation in the sector. The content of study programs and syllabi of 40 universities were analyzed to identify changes in the discipline over the last two decades. The evolution of this subject matter indicates the limited importance attached to the researcher-consultant profile of journalists, since less than half of the faculties offer methodological courses. Likewise, an analysis of the course syllabi reflects a lack of novel tools and methodological approaches in a field that is already immersed in the context of digital humanities, big data and social networks, and that these programs of study mainly reproduce content and classical research techniques of the social sciences.

Keywords: professional profile; journalism; methodology; research; higher education teaching; Spain

1. Introducció

El perfil professional del periodista atravesia una relativa indefinició per el aumento de roles y tareas que asume en un sistema comunicativo en constante transformació que han convertido al informador tradicional en un «comunicador social» (Mellado, Simón, Barría y Enríquez, 2007). Aunque sus funciones principales —informativas, interpretativas y analíticas— no se vean sustancialmente alteradas (Arroyo, 2011; Sánchez-García, Campos-Domínguez y Berrocal, 2015), el periodista experimenta un cambio de perfil, entendido como la cualificación que permite especializarse en una tarea profesional.

En apenas una década se ha diversificado, ampliado y, a la vez, especializado hasta aglutinar diferentes roles en torno a la figura del periodista «polivalente» (Scolari, Micó, Navarro y Pardo, 2008), capaz de afrontar tareas multimedia en un proceso de convergencia (Flores Vivar, 2009; López, Gago, Toural y Limia, 2013; Barrios y Zambrano, 2014) y, a su vez, especializarse en datos, redes y ediciones transmedia. El interés creciente por analizar estos perfiles evidencia una laguna en el estudio del perfil del periodista como docente, investigador y consultor, tal y como demuestran los escasos estudios al respecto en España (Lazcano, 2013; Clua, 2013; Meneses y Rivero, 2017). Esta faceta profesional y formativa se incluye en el *Libro blanco: Títulos de grado en Comunicación* (ANECA, 2005) como un experto en metodologías científicas encaminadas a una salida profesional académica, como docente y consultor, pero que no ha recibido el mismo refuerzo que los otros tres perfiles formativos definidos por ANECA para el periodista, como redactor, comunicador institucional o gestor de contenidos (Sánchez-García, 2016).

Este perfil investigador recobra una nueva dimensión ante la necesidad de analizar, con nuevos métodos y técnicas, las transformaciones resultantes de la digitalización (Salaverría, 2015a). Existe una necesidad clara de que «lo digital se torne en un objeto legítimo de reflexión académica y, al mismo tiempo, reposiciona a las universidades como espacios de producción de conocimientos valiosos para el mundo profesional» (Scolari, 2008: 202), en el que se hace referencia ya a la *e-investigación* (Arcila, Piñuel y Calderín, 2013) entendida como la aplicación de las nuevas herramientas digitales en el ámbito de la investigación científica. Sin necesidad de abrazar una posición «tecnoeufórica» ni de renunciar a la reflexión crítica sobre los procedimientos metodológicos, es preciso alcanzar un mejor equilibrio entre la defensa del rigor científico y la incorporación de las nuevas realidades en la práctica periodística al repertorio teórico y analítico de la mirada académica.

Así, esta investigación tiene como objetivo analizar la formación de los periodistas para un perfil de académico y consultor en la era digital a través de las asignaturas metodológicas ofrecidas en los planes de estudio españoles durante las dos últimas décadas (2000-2020). El artículo pretende, primero, comprobar el lugar que ocupa este perfil en los planes de estudio oficiales; segundo, identificar su evolución formativa, y, tercero, revisar el contenido de las materias centradas en la investigación para constatar si incorporan nuevos contenidos y técnicas centradas en el estudio de la comunicación digital.

La hipótesis de partida es que los planes de estudio del Grado en Periodismo no refuerzan el perfil de investigador académico y consultor, al conceder una presencia marginal al contenido metodológico e incorporar lentamente nuevos métodos, técnicas y herramientas propios del contexto digital. Esta transición permite ahondar en el debate académico más profundo sobre la evolución de la actividad investigadora en España.

2. El perfil del investigador consultor en la era digital

Los planes de estudio de la titulación de Periodismo han experimentado importantes variaciones en las últimas décadas en España tras la adaptación al Plan Bolonia y a la transición tecnológica, que ha empujado a una formación más profesionalizante y técnica (Tejedor, 2008; Sánchez-García, 2016). Se forma a los periodistas para trabajar de manera preferente en entornos mediáticos y se relega el aprendizaje para la investigación y la consultoría. El perfil de investigador, docente y consultor de comunicación que debe formar una universidad en España se define como:

Especialista en investigación y análisis de fenómenos y procesos de comunicación para todo tipo de organizaciones públicas y privadas, capacitado para las tareas de asesoría, consultoría y mediación. Docente en las enseñanzas superiores o medias para impartir materias de comunicación y nuevas tecnologías de la información y la comunicación. (ANECA, 2005: 192)

Un perfil con una demanda creciente, tanto en el ámbito académico como en los laboratorios de innovación de los medios de comunicación (Salaverría, 2015b) y en las consultorías de diferentes tipos de empresas para aportar respuestas ante el cambiante mercado y las transformaciones sociales (Barranquero y Rosique, 2014). Al mismo tiempo, la necesidad de ahondar en el perfil formativo investigador se produce en un momento de consolidación y maduración de la investigación en comunicación en España (Jones, 1998; Martínez-Nicolás y Saperas, 2011; López-Rabadán y Vicente-Mariño, 2011; Piñuel et al., 2017; Mapcom, 2016¹). Un desarrollo que convive con reconocidas debilidades de la investigación, como una limitada variedad metodológica o el escaso empleo de técnicas experimentales (Lozano y Gaitán, 2011, 2016; Caffarel, Ortega y Gaitán, 2017).

Las universidades afrontan el reto de aportar un «esclarecimiento sobre lo digital. El mercado procura en el medio universitario una legitimación para justificar nuevos productos, segmentos e ideologías económicas» (Scolari, 2008: 202). Resulta necesario innovar y formar en investigación, revisando métodos y técnicas a partir del conocimiento asentado tanto de las ciencias sociales como de las humanidades (Tous, Marini y Díaz-Noci, 2012). Por un lado, para poner a prueba los abordajes clásicos evaluando su vigencia y, por otro, para experimentar en nuevos campos, como narrativas, redes sociales de comunicación, macrodatos, usos de las audiencias y rutinas profesionales.

Algunos autores (Arcila, Piñuel y Calderín, 2013; Salaverría, 2015a) señalan necesidades concretas de desarrollo que permitan avanzar en la investigación nativa digital mediante tecnologías avanzadas, con innovación, en detrimento de estudios descriptivos y atendiendo temas menos abordados. Todo

1. *MapCom 2007-2018 (Mapa de Investigación en Comunicación)*, Madrid, Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, recuperado el 20 de octubre de 2019, de <<http://www.mapcom.es/>>.

ello con la necesidad de potenciar el manejo de *software* para el procesamiento de datos e incrementar la colaboración científica.

Estas consideraciones son también aplicables al contexto de las humanidades digitales, entre las que cabe diferenciar varios territorios y enfoques desde las tecnologías aplicadas a disciplinas encuadradas en las humanidades tradicionales hasta nuevos campos de investigación como los estudios de Internet. Así, se considera «una transdisciplina portadora de los métodos, dispositivos y perspectivas heurísticas relacionadas con procesos de digitalización en el campo de las ciencias humanas y sociales» (Rodríguez-Yunta, 2013: 38) mediante recursos digitales que permitan generar investigación y conocimiento para incrementar nuestra comprensión en las humanidades (Galina, 2011).

Dado que la investigación en comunicación continúa desplegando su mirada en la confluencia entre ciencias sociales y ciencias humanas, las humanidades digitales se presentan como un área que reclama una evolución formativa en materia metodológica que refuerce este rol del periodista egresado, tanto para ejercer de profesor e investigador —para lo que cursará postgrados de especialización— como para encontrar, con su título de grado, salidas laborales como consultor experto en nuevos ecosistemas comunicacionales.

3. Metodología

Esta investigación se construye a partir de un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo aplicado sobre los programas formativos de 40 universidades españolas que ofrecen el Grado en Periodismo², de las que cuatro corresponden a centros adscritos, como recoge la tabla 1.

Tabla 1. Universidades españolas que ofertan un grado en Periodismo en el curso 2019-2020

Universidad	Abreviatura	Titularidad	Sede (CC.AA.)
1 Abat Oliva CEU	UAO	Privada	Barcelona (CAT)
2 Antonio de Nebrija	UAN	Privada	Madrid (CAM)
3 Autónoma de Barcelona	UAB	Pública	Barcelona (CAT)
4 Camilo José Cela	UCJC	Privada	Madrid (CAM)
5 Cardenal Herrera CEU	UCH	Privada	Valencia (CAV)
6 Carlos III de Madrid	UC3M	Pública	Getafe (CAM)
7 Castilla-La Mancha	UCLM	Pública	Cuenca (CLM)
8 Católica San Antonio	UCAM	Privada	Murcia (RM)
9 Complutense de Madrid	UCM	Pública	Madrid (CAM)
10 Europea de Madrid	UEM	Privada	Madrid (CAM)
11 Europea Miguel de Cervantes	UEMC	Privada	Valladolid (CyL)
12 Europea del Atlántico	UEA	Privada	Santander (CANT)
13 Europea Fernando Pessoa	UEFP	Privada	Las Palmas (CAN)

2. El listado ha sido elaborado a partir de las bases de datos de ANECA y de la web del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, recuperado el 13 de mayo de 2019, de <www.educación.es>.

14	Francisco de Vitoria	UFV	Privada / Adscrita	Madrid (CAM)
15	Internacional de Catalunya	UIC	Privada	Barcelona (CAT)
16	Illes Balears – CESAG	UIB	Privada	Palma (IB)
17	Jaume I	UJI	Pública	Castellón (CAV)
18	La Laguna	ULL	Pública	La Laguna (CAN)
19	Málaga	UMA	Pública	Málaga (AND)
20	Miguel Hernández	UMH	Pública	Elche (CAV)
21	Murcia	UMU	Pública	Murcia (RM)
22	Navarra	UNAV	Privada	Pamplona (NAV)
23	País Vasco	UPV	Pública	Leioa (EUS)
24	Pompeu Fabra	UPF	Pública	Barcelona (CAT)
25	Pontifica de Salamanca	UPSA	Privada	Salamanca (CyL)
26	Ramon Llull	URL	Privada	Barcelona (CAT)
27	Rey Juan Carlos I	URJC	Pública	Fuenlabrada (CAM)
28	Rovira i Virgili	URV	Pública	Tarragona (CAT)
29	San Jorge	USJ	Privada	Zaragoza (ARA)
30	San Pablo CEU	USP	Privada	Madrid (MAD)
31	Santiago de Compostela	USC	Pública	Santiago (GAL)
32	Sevilla	USE	Pública	Sevilla (AND)
33	A Distancia de Madrid	UDIMA	Privada	Madrid (CAM)
34	València	UV	Pública	Valencia (CAV)
35	Valladolid	UVa	Pública	Valladolid (CyL)
36	Vic	UVIC	Privada	Vic (CAT)
37	Zaragoza	UNIZAR	Pública	Zaragoza (ARA)
38	C.U. Villanueva	CUV	Privada / Adscrita	(CAM)
39	C.U. EUSA	EUSA	Privada / Adscrita	Sevilla (AND)
40	C.U. CESINE	CESINE	Privada / Adscrita	Santander (CANT)

Fuente: elaboración propia.

El protocolo de análisis define tres niveles de estudio:

1. Evolución cronológica de la asignatura en las últimas dos décadas.
2. Análisis de contenido de las guías docentes durante el curso 2019-2020.
3. Análisis del perfil del investigador consultor que promueven las propias universidades en el apartado de salidas laborales incluido en sus páginas web.

Para el primer nivel, la población de referencia remite a todas aquellas universidades que ofrecen un Grado en Periodismo, seleccionadas a partir de la web del Ministerio de Educación. El análisis se aplica a los planes de estudios en tres momentos: *a)* últimos planes de estudios de la licenciatura ofertados entre finales de los años 90 y la primera década de 2000; *b)* títulos de grado adaptados al EEES entre 2008 y 2010, y *c)* oferta en el curso 2019-2020. Esta perspectiva longitudinal permite identificar aquellas universidades

que han añadido, mantenido o suprimido formación metodológica tras la adaptación al EEES, así como los cambios programáticos más actuales, motivados por la adaptación al contexto digital comunicativo y universitario.

El segundo nivel de análisis se centra en las guías docentes de las asignaturas metodológicas. Para ello se ha completado una búsqueda de palabras clave en los títulos de las materias, utilizando los términos *metodologías de investigación, métodos de investigación o investigación básica o aplicada*. Esta búsqueda se completa con un contraste basado en la revisión integral del listado de asignaturas de cada uno de los planes de estudio. Tras constatar que 22 programas ofrecen esta asignatura en el curso 2019-2020, se aplica un análisis de contenido cualitativo para abordar las principales coordenadas de las guías docentes mediante siete variables abiertas, cuya observación permite analizar cómo se estructuran los contenidos formativos, según la información que refleja la tabla 2.

Tabla 2. Ficha de análisis de las guías docentes de Metodologías de Investigación

1. Denominación de la materia	Permite realizar un estudio epistemológico
2. Objetivos de la asignatura	Conocer los paralelismos entre las diferentes materias
3. Programa	Coincidencias y diferencias en la enseñanza metodológica
4. Adaptación al entorno digital	Presencia de las nuevas formas de comunicación
5. Métodos y técnicas	Diferencia entre los métodos tradicionales e innovadores
6. Evaluación propuesta	Permite comprobar la diferente carga teórico-práctica
7. Bibliografía	Referencias más comunes en autores y temáticas

Fuente: elaboración propia.

Por último, el tercer nivel de análisis construye una descripción comparada de los perfiles profesionales atribuidos al periodista formado en metodologías de investigación que destaca cada universidad en la oferta educativa publicada en sus páginas web, para comprobar si se mantiene el rol marcado en las directrices de ANECA (2005).

El procesamiento de datos se realiza utilizando el programa Atlas.ti. Adicionalmente, la información se presenta mediante tablas comparativas que permiten realizar una lectura ordenada de las apuestas de cada universidad.

4. Resultados

4.1. Evolución cronológica de asignaturas metodológicas (2000-2020)

El primer nivel de análisis presenta la evolución cronológica de las asignaturas relacionadas con metodologías en los programas formativos de Periodismo durante las dos décadas observadas. La tabla 3 refleja que poco más de la mitad de las universidades estudiadas (22) ofrecen formación metodológica en comunicación durante el curso 2019-2020 con una asignatura específica. No se aprecian diferencias en función de la titularidad, pues once son públicas y once, privadas.

Tabla 3. Oferta de asignaturas metodológicas de investigación en los estudios universitarios españoles en Periodismo durante dos décadas (2000-2020)

	Universidad	Titularidad	Asignaturas		
			Licenciatura (último plan, 2000)	Primer plan de Grado (2008-2010)	Grado (2019-2020)
1	UAO	PRIV	-----	Igual que el actual	Media System Analyses
2	UAN	PRIV	-----	Igual que el actual	Métodos de Investigación en Comunicación
3	UAB	PUBL	Igual que el actual en otro curso	Igual que el actual	Métodos de Investigación en Comunicación
4	UCJC	PRIV	Igual que el actual en otro curso	Igual que el actual	Métodos y Técnicas de Investigación Científica
5	UCH	PRIV	-----	-----	Prospectiva y Tendencias Para la Comunicación en el Siglo XXI
6	UC3M	PUBL	Metodologías de Investigación en Comunicación	Igual que el actual	Metodologías de Investigación en Periodismo
7	UCLM	PUBL	No oferta Licenciatura	Igual que el actual	Investigación básica y aplicada en Comunicación
8	UCAM	PRIV	-----	-----	-----
9	UCM	PUBL	Métodos y Técnicas de Investigación Social. Análisis e Investigación en Comunicación	Igual que el actual	Metodología de la Investigación Social en Comunicación
10	UEM	PRIV	-----	-----	Métodos de Investigación Social
11	UEMC	PRIV	Métodos y Técnicas de Investigación	-----	-----
12	UEA	PRIV	Sin oferta de Licenciatura	Sin oferta de Grado	Métodos y Técnicas de Investigación
13	UEFP	PRIV	Sin oferta de Licenciatura	Sin oferta de Grado	-----
14	UFV	PRIV	Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación	Métodos y Técnicas de Investigación	-----
15	UIC	PRIV	-----	-----	-----
16	UIB	PRIV	-----	-----	-----
17	UJI	Pública	Sin oferta de Licenciatura	-----	-----
18	ULL	PUBL	-----	Igual que el actual	Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación Social
19	UMA	PUBL	Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación Periodística	Igual que el actual	Investigación Básica y Aplicada en Comunicación
20	UMH	PUBL	Técnicas de Investigación Soc.	-----	-----
21	UMU	PUBL	Solo oferta 2.º ciclo	Igual que el actual	Teoría e Investigación Social
22	UNAV	PRIV	-----	-----	-----
23	UPV	PUBL	Métodos y Técnicas de Investigación en las Ciencias Sociales	-----	-----
24	UPF	PUBL	Solo oferta 2.º ciclo	-----	Introducción a la Investigación Social
25	UPSA	PRIV	Estadística y Metodología de la Investigación	Igual que el actual	Metodología y estadística
26	URL	PRIV	Investigación y Metodología	Investigación y Metodología	-----
27	URJC	PUBL	Métodos y Técnicas de Investigación en Información	Igual que el actual	Métodos de Investigación en Comunicación
28	URV	PUBL	-----	-----	-----
29	USJ	PRIV	-----	Igual que el actual	Métodos y Técnicas de Investigación Social
30	USP	PRIV	-----	-----	-----
31	USC	PUBL	Métodos de Investigación	Igual que el actual	Métodos de Investigación
32	USE	PUBL	-----	-----	-----
33	UDIMA	PRIV	Sin oferta de Licenciatura	Igual que el actual	Investigación en medios digitales
34	UV	PUBL	Métodos y Técnicas de Investigación Social en Comunicación	-----	-----
35	UVa	PUBL	-----	Igual que el actual	Metodologías de Investigación en Comunicación
36	UVIC	PRIV	Igual, pero en otro curso	Igual que el actual	Métodos de Investigación en Comunicación
37	UNIZAR	PUBL	Sin oferta de Licenciatura	-----	-----
38	CUV	PRIV/ADS	-----	Igual que el actual	Metodología de la Investigación Social en Comunicación
39	EUSA	PRIV/ADS	-----	-----	-----
40	CESINE	PRIV/ADS	-----	-----	-----

*Algunas materias cambian de curso desde 2010 (Plan Bolonia) al plan de estudios de 2019-2020.

Fuente: elaboración propia.

Respecto a la evolución durante los tres sondeos realizados, a comienzos de siglo XXI, 15 de las 29 universidades españolas que ofrecían una licenciatura en Periodismo incluían en su plan de estudios alguna materia centrada en la metodología de investigación. El equilibrio entre centros que optaban por su inclusión y aquellos que la descartaban resulta evidente. No incluimos en este cálculo a las universidades que solamente ofrecían un segundo ciclo (UMU y UPF).

La segunda cata temporal se sitúa en la transición hacia los grados. En 2010 ya eran 38 universidades ofertando educación superior en Periodismo, que se distribuyeron entre 20 que incluían asignaturas de formación metodológica y 18 que no lo hacían. Durante esta década nos encontramos, por una parte, con planes de estudio que procedían de los años noventa y con nueve planes lanzados con motivo de la implantación del EEES. Entre las nueve universidades que se incorporan a la oferta académica de títulos de Periodismo, encontramos cuatro (UCLM, UMU, UDIMA y CUV) que incluyen asignaturas de formación metodológica y cinco que no lo hacen, contando centros adscritos (UJI, UPF, UNIZAR, EUSA y CESINE). Entre las 29 ya existentes, la transición hacia los nuevos planes se salda con cinco universidades (UAO, UAN, ULL, USJ y UVa) que incorporan asignaturas metodológicas y cuatro que las eliminan (UEMC, UMH, UPV y UV).

El tercer momento tomado en consideración es el curso académico 2019-2020, en el que la cantidad de instituciones de enseñanza superior que ofrecen estudios de Periodismo asciende a 40, con la incorporación de dos universidades privadas más (UEA y UEFP). El equilibrio que se observaba en los dos momentos anteriores se mantiene, pues 22 incluyen asignaturas de orientación metodológica, mientras que 18 no lo hacen: durante todo el periodo estudiado se aprecia que la cantidad de universidades con y sin materias centradas en los aspectos metodológicos es muy similar, puesto que rondan el 50% en las dos décadas. La comparación con 2010 muestra, por una parte, que una de las universidades que se incorpora a la docencia universitaria (UEA) sí que cuenta con formación metodológica, mientras que la otra (UEFP) descarta esta opción y, por otra parte, tres universidades ya existentes añaden una materia de Metodología al Grado (UCH, UEM, UPF), mientras que otras dos (UFV y URL) reajustan sus planes de estudio eliminando este tipo de asignaturas. La tabla 4 resume dicho proceso.

Tabla 4. Evolución cronológica de la presencia de asignaturas metodológicas en los estudios universitarios españoles sobre periodismo

	Licenciatura (± 2000)	Grado (2008-2010)	Grado (2019-2020)
Ofertan estudios oficiales	29	38	40
Con asignaturas metodológicas	15	20	22
Sin asignaturas metodológicas	14	18	18
Solamente ofertan segundo ciclo	2	–	–
No ofertan estudios oficiales	6 (+3)	2	0

Fuente: elaboración propia.

Observando el conjunto de la evolución experimentada, se aprecia que nueve facultades (UAB, UCJC, UC3M, UCM, UMA, UPSA, URJC, USC y UVIC) han mantenido esta asignatura durante todo el periodo contemplado.

4.2. Análisis de las guías docentes (2019-2020)

El segundo nivel de análisis de las guías docentes del curso 2019-2020 aborda las siete categorías descritas en la tabla 2. Los resultados devuelven una situación precaria para las asignaturas metodológicas dentro de sus respectivos planes de estudio.

La revisión de los programas de materias dedicadas a la metodología dibuja un panorama diverso, en el que, sin embargo, prevalece una concepción clásica de la docencia. El escaso espacio ocupado en los planes de estudio obliga a que los contenidos que se proponen durante el curso resulten genéricos, incidiendo en aspectos generales sobre la lógica de la investigación científica durante las primeras semanas del semestre y evolucionando con posterioridad hacia la presentación de algunos de los métodos y técnicas de investigación más habituales en las ciencias sociales y en las humanidades, en general, y en la investigación en comunicación, en particular.

La tabla 5 recoge la denominación de las 22 asignaturas, apreciándose la prevalencia de palabras clave fácilmente previsibles que se combinan entre sí de formas diferentes, como *investigación* (18 menciones), *comunicación* (10), *métodos* (10), *metodología* (5), *social* (7) y *técnicas* (4). Se trata del campo semántico propio de esta materia, consolidado desde el aterrizaje del periodismo en las aulas universitarias.

Tabla 5. Denominación, tipo, periodo de impartición y duración de las asignaturas sobre metodologías en los grados en Periodismo en España (curso 2019-2020)

Universidad	Asignatura	Tipo	Curso	Semestre	ECTS
1 UAO	Media System Analysis	OBL	3.º	2.º	6
2 UAN	Métodos de Investigación en Comunicación	OPT	4.º	1.º	6
3 UAB	Métodos de Investigación en Comunicación	OBL	2.º	2.º	6
4 UCJC	Métodos y Técnicas de Investigación Científica	OBL	4.º	1.º	6
5 UCH	Prospectiva y Tendencias para la Comunicación en el siglo XXI	OPT	4.º	2.º	6
6 UC3M	Metodologías de Investigación en Periodismo	OBL	2.º	2.º	6
7 UCLM	Investigación Básica y Aplicada en Comunicación	OBL	3.º	2.º	6
8 UCM	Metodología de la Investigación Social en Comunicación	OPT	4.º	1.º y 2.º	6
9 UEM	Métodos de Investigación Social	OBL	3.º	2.º	6
10 UEA	Métodos y Técnicas de Investigación	OBL	2.º	1.º	6
11 ULL	Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación Social	OBL	4.º	1.º	6
12 UMA	Investigación Básica y Aplicada en Comunicación	OBL	2.º	2.º	6

13	UMU	Teoría e Investigación Social	FB	1.º	2.º	6
14	UPF	Introducción a la Investigación Social	OP	3.º- 4.º	1.º	6
15	UPSA	Metodología y Estadística	OBL	3.º	1.º	6
16	URJC	Métodos de Investigación en Comunicación	OBL	4.º	1.º	6
17	USJ	Métodos y Técnicas de Investigación Social	OBL	3.º	2.º	6
18	USC	Métodos de Investigación	OBL	3.º	2.º	6
19	UDIMA	Investigación en Medios Digitales	FB	1.º	1.º y 2.º	6
20	UVa	Metodologías de Investigación en Comunicación	OBL	3.º	2.º	6
21	UVIC	Métodos de Investigación en Comunicación	OBL	3.º	2.º	6
22	CUV	Metodología de la Investigación Social en Comunicación	OPT	4.º	1.º o 2.º	6

Fuente: elaboración propia a partir de las guías docentes.

Conviene prestar más atención a aquellas asignaturas que no replican este modelo predominante, pues ello podría arrojar luz acerca de nuevas tendencias o enfoques sobre la materia abordada. Las ideas que emergen como alternativa remiten a seis universidades. Primero, la convergencia entre teoría e investigación que propone la UMU, único caso en el que los aspectos teóricos y los metodológicos confluyen en una misma unidad organizativa, con lo que es cierto que, en la mayoría de los casos, las asignaturas sobre metodología forman parte de módulos o de materias más amplios en los que conviven las teorías con los métodos, solamente la UMU propone una asignatura de formación básica en el primer curso del título, estableciendo una conexión manifiesta. Segundo, la distinción entre investigación básica y aplicada sirve para que la UMA y la UCLM se diferencien, utilizando para ello la misma etiqueta. Tercero, la mención directa a la estadística solamente aparece en la asignatura ofrecida por la UPSA, marcando un espacio que, siendo predominante en el contenido de las materias que imparten otras universidades, no se hace tan visible como en la institución salmantina. En cuarto y quinto lugar, encontramos los dos títulos que más apelan a la actualización, pues tanto la mención al análisis de los sistemas de medios que propone la UAO como la mención explícita a la investigación en medios digitales que lanza la UDIMA se presentan como excepciones a un panorama en el que predomina la uniformidad al nombrar esta asignatura. Por último, la denominación de la UCH, *Prospectiva y Tendencias para la Comunicación del Siglo XXI*, es una propuesta singular de acuerdo con la actualidad comunicativa, puesto que incorpora en su guía docente referencias a la enseñanza metodológica.

Finalmente, llama la atención que solamente la materia propuesta por la UC3M incorpore una referencia explícita al periodismo en su título, haciendo visible el hecho de que la especificidad de las áreas de conocimiento no se traduce en un enfoque diferenciado para estas asignaturas, que suelen partir de una mirada transversal y común al conjunto de la Investigación en Comunicación. La mirada que domina estas materias es amplia cuando se aproxima a los procesos y a los fenómenos comunicativos. Esta distancia entre principios básicos de la investigación científica y de la aplicación práctica sobre las

temáticas y las problemáticas propias de un campo de desarrollo profesional puede apuntar hacia una explicación de la posición periférica que han ido recibiendo estas asignaturas en el conjunto de los planes de estudios.

Respecto al periodo de impartición, solamente dos planes de estudios (UMU y UDIMA) incorporan esta disciplina en el primer curso de la formación propuesta, mientras que el resto de universidades presentan una distribución muy equilibrada entre el cuarto curso (8 centros), el tercero (8) y el segundo (4).

Por lo que concierne al tiempo disponible para la adquisición de la competencia investigadora, surge una coincidencia, pues las 22 universidades analizadas ofrecen un curso de 6 ECTS, que equivale a 150 horas de trabajo de quien sigue la asignatura y a un máximo de 60 horas de trabajo en el aula. Resulta, a priori, un espacio de tiempo escaso para abordar una materia de gran amplitud, debido a su transversalidad y a la ausencia de formación similar en cursos precedentes, tanto en la educación secundaria como en la formación básica de los títulos de educación superior.

Como ya se ha mencionado, la UMU y la UDIMA son las únicas que otorgan la categoría de formación básica a la asignatura en la que se trabajan las cuestiones metodológicas, mientras que el resto de grados consideran que se trata de una materia obligatoria, garantizando que cualquier persona que aspire a graduarse en Periodismo haya de adquirir un mínimo de competencias investigadoras. La excepción a este consenso la encontramos en dos nuevas incorporaciones (UCH y UPF) y, paradójicamente, en dos de las universidades que pusieron en marcha los estudios universitarios sobre periodismo en España, la UNAV y la UCM (junto con el CUV, adscrito a la UCM), lo que restringe la asignatura de Metodología de la Investigación Social en Comunicación a la condición de optativa en su transición de licenciaturas a grados.

La distribución de contenidos durante el semestre se articula, mayoritariamente, en tres bloques. En primer lugar, las primeras semanas se reservan para la exposición de aspectos generales introductorios sobre la investigación científica, decisión comprensible dada la ausencia de contenidos similares en las etapas formativas anteriores. A continuación, las guías docentes emprenden la docencia más instrumental, centrada en la presentación de los métodos y de las técnicas que contempla su programación, con una mayor diversidad en cuanto a la selección y a la secuencia propuesta. Así, la dicotomía entre las miradas cuantitativas y cualitativas se reproduce de forma sistemática en las aulas, con diferentes proporciones en función de las prioridades de cada centro y de la especialización de cada departamento o persona a cargo de la docencia: se encuentran cursos destinados exclusivamente a la formación estadística, con una capacitación predominantemente orientada hacia el análisis cuantitativo y con la encuesta como método de referencia, mientras que otros centros apuestan por un repertorio muy amplio que, inevitablemente, reducirá la profundidad con la que se explican esas prácticas de investigación. La distribución de un bien escaso, como es la duración de estas asignaturas, se

traduce en soluciones diversas y en priorizaciones cuyo resultado no ha sido objeto de un análisis comparativo hasta el momento.

El soporte bibliográfico incluido en las guías docentes presenta un alto grado de homogeneidad en cuanto a sus contribuciones básicas. Las 22 guías contienen un promedio de referencias bibliográficas que oscila entre ocho y diez trabajos, siendo preciso destacar la elevada dispersión que presenta esta distribución. Los manuales de referencia remiten a trabajos de Gaitán y Piñuel (1998), Berganza y Ruiz (2005), Igartua y Humanes (2005), entre otros, con una presencia generalizada en las guías.

No pretendemos establecer ningún tipo de generalización estadística, pues la dispersión puede estar motivada por aspectos diversos, de naturaleza tanto institucional —formato de los documentos que se utilizan como modelo para la elaboración de las guías— como personal —experiencia previa del profesorado responsable en la materia—, pero llama la atención la escasa presencia de obras de referencia en materia metodológica producidas en otros países y, sobre todo, cuyo idioma no sea alguno de los oficiales en España. Todo apunta a que la disponibilidad de traducciones, unida a su solidez expositiva y argumental, justifica la presencia, también recurrente, de los trabajos de Jensen y Jankowski (1993), Taylor y Bogdan (1987), Wimmer y Dominik (1996) o Quivy y Van Campenhoudt (1998). Por lo tanto, la competencia lingüística, tanto del profesorado como del alumnado, continúa siendo un factor determinante a la hora de articular programaciones docentes.

En cualquier caso, y al margen de aspectos idiomáticos, la mayoría de las referencias remite a la última década del siglo XX, un periodo en el que solamente se vislumbraban algunas de las transformaciones digitales que han marcado los años posteriores. Así, la presencia en estos listados de obras que aborden la innovación metodológica es marginal. Campos como las humanidades digitales, los macrodatos o las nuevas herramientas para el análisis de redes sociales están completamente ausentes de los programas analizados.

4.3. Anàlisi del perfil investigador consultor en la oferta universitària

Por último, el tercer nivel de análisis explora los perfiles formativo-profesionales que cada universidad atribuye al investigador de forma expresa en sus ofertas de grado en Periodismo, y que las presenta en sus páginas web bajo dos epígrafes: «perfil del egresado» o «salidas laborales». Esta tercera fase se ha realizado exclusivamente sobre las 22 universidades que ofrecen una asignatura de corte metodológico, y los resultados principales muestran que la descripción del perfil investigador no está presente en la oferta actualizada de nueve de ellas.

Las trece facultades que mencionan en su oferta el perfil investigador coinciden, en su mayoría, en mostrar las salidas laborales que proporciona esta formación agrupadas en los siete roles específicos más citados: investigador, documentalista, docente (profesor de instituto y de universidad), consul-

tor, mediador, asesor y diseñador de estrategias de comunicación. Cabe resaltar que algunas universidades añaden una descripción del perfil más actualizada, relacionando sus salidas laborales con el nuevo entorno comunicativo, al señalar la referencia, por ejemplo, de «investigador multimedia» (UAN) o «docente en las enseñanzas no universitarias para impartir materias de comunicación y nuevas tecnologías de la información y la comunicación» (ULL).

Estos resultados (tabla 6) reflejan que la mayoría coincide con el perfil de investigador, profesor y consultor, sin que se hayan detectado variaciones significativas respecto al perfil descrito por ANECA en 2005.

Tabla 6. Perfil del periodista, investigador y consultor descrito por las universidades españolas que ofrecen asignaturas de metodología en sus páginas web

Universidad	Perfil del periodista investigador
1 UAO	Consultoría de la comunicación.
2 UAN	- Investigador y documentalista multimedia. - Además, los graduados también pueden continuar su trabajo profesional en la investigación universitaria y la docencia académica en Ciencias de la Comunicación.
3 UAB	- Consultor en comunicación de cualquier empresa. - Profesor de instituto o de universidad.
4 UCJC	No especifica perfiles.
5 UCH	No especifica perfiles.
6 UC3M	No especifica perfiles.
7 UCLM	- Investigador/a docente y consultor/a de comunicación. - Especialista en investigación y análisis de fenómenos y procesos de comunicación, actuales o prospectivos para todo tipo de organizaciones públicas y privadas, capacitado para las tareas de mediación, asesoría, consultoría y medición. - Docente en las enseñanzas superiores, medias o de formación profesional para impartir materias de información, comunicación y nuevas tecnologías de la información y comunicación.
8 UCM	Analista de los procesos de opinión, políticos y electorales en los medios de comunicación. Profesional que: - Diseña estrategias de discusión y explicación de actividades políticas en el seno de departamentos de comunicación de instituciones públicas y privadas. - Analiza y explica al público las actividades políticas e ideológicas de las sociedades de nuestro entorno.
9 UEM	No incluye perfil investigador.
10 UEA	No incluye perfil investigador.
11 ULL	- Investigador/a, docente y consultor/a de comunicación. - Especialista en investigación y análisis de fenómenos y procesos de comunicación para todo tipo de organizaciones públicas y privadas, capacitado para las tareas de asesoría, consultoría y mediación. - Docente en las enseñanzas no universitarias para impartir materias de comunicación y nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
12 UMA	Investigador/a docente.
13 UMU	Investigador/a, docente, y consultor/a de comunicación.

14	UPF	Especialista en análisis de fenómenos y de procesos de comunicación, actuales o prospectivos, para todo tipo de organizaciones públicas y privadas; capacidad para las funciones de mediación, de asesoría, de consultoría, de medición y de peritaje.
15	UPSA	No incluye perfil investigador.
16	URJC	No incluye perfil investigador.
17	USJ	No incluye perfil investigador.
18	USC	Investigador/a, docente, y consultor/a de comunicación.
19	UDIMA	Consultor/a de comunicación, investigador/a o docente.
20	UVa	No especifica perfiles.
21	UVIC	Investigador/a, docente y consultor/a de comunicación.
22	CUV	Mismo contenido que UCM.

Fuente: elaboración propia a partir de las páginas web de cada universidad.

5. Discusión y conclusiones

Este estudio refleja que poco más de la mitad de las universidades españolas (22 de 40) incluyen en sus grados en Periodismo una asignatura centrada en metodología y métodos de investigación en comunicación durante el curso 2019-2020. Este resultado confirma que la reducción de esta formación es continua (Lazcano, 2013) y que tiene menos peso en Periodismo que en los programas de otras ramas de Comunicación (Clua, 2013). Si bien es cierto que es posible encontrar contenidos relacionados con la investigación en otras asignaturas del plan de estudios, la presencia de formación metodológica resulta escasa. Esta oferta secundaria se ha mantenido constante en los tres momentos en los que se han analizado los datos, mostrando así continuidad durante las dos primeras décadas del siglo XX.

Los contenidos que vertebran estas asignaturas, tanto a nivel teórico como práctico, remiten a un enfoque clásico y generalista de la docencia en materia metodológica. No se aprecia, en este sentido, un esfuerzo por la actualización del repertorio disponible de métodos y técnicas de investigación a un nuevo contexto marcado por la innovación tecnológica. Las técnicas de investigación desarrolladas en el entorno digital no cuentan con un espacio claro y definido en las guías de estudio analizadas. Sin embargo, es necesario aproximarse a la experiencia docente de quienes asumen estas materias para conocer los motivos de dichas decisiones.

Garantizar una competencia básica en materia de investigación científica requiere un tiempo que no se podrá dedicar a otras cuestiones y, ante la necesidad de priorizar contenidos, los programas analizados devuelven una imagen tradicional de los cursos metodológicos impartidos en las aulas españolas sobre periodismo. Aceptar esta premisa supone que las posibles debilidades formativas en este sentido pueden tener relación con el carácter introductorio que generalmente tienen estas asignaturas, y que la formación metodológica más avanzada, que incluiría ese nuevo repertorio centrado en las innovaciones tecnológicas (Salaverría, 2015a; Scolari, 2008), deba acometerse en programas de

máster o de doctorado. El contraste de esta hipótesis requiere tanto una aproximación a la experiencia docente por parte de quienes diseñan e imparten estos cursos como un acceso a lo que sucede dentro del aula, un espacio que devuelve mayor riqueza y diversidad que el análisis de los programas y las guías docentes. Ambas opciones se presentan como interesantes líneas de investigación para contrastar los hallazgos presentados en este artículo.

Las guías docentes devuelven una presencia generalizada de determinadas técnicas de investigación y manuales de referencia que deben ser complementadas con aplicaciones prácticas y con objetos de estudio propios, en este caso, de la esfera periodística, de cara a enriquecer el proceso de enseñanza y aprendizaje en las aulas. Y, al mismo tiempo, estimular la curiosidad investigadora entre quienes siguen el curso mediante el abordaje de nuevos contextos de análisis, como los macrodatos, las redes sociales, y los nuevos usos de las audiencias, entre otros aspectos que aportan las herramientas tecnológicas en la llamada *e-investigación* (Arcila, Piñuel y Calderín, 2013). Si damos como buena la hipótesis de que una mayor proximidad entre los contenidos abordados en el aula y la realidad más cercana a quienes participan en estas asignaturas despertará un mayor interés e implicación en la dinámica de enseñanza y aprendizaje, entonces una actualización, tanto de objetos de estudio como de herramientas de investigación, podría suponer una mejora a tomar en consideración por quienes diseñan, planifican e implementan estos planes de estudio.

El perfil profesional que las propias universidades atribuyen al periodista formado en metodologías de investigación se puede resumir en investigador, docente y consultor (Sánchez-García et al., 2015), como las categorías mayoritarias que se asocian a «salidas laborales». El análisis más pormenorizado del «perfil del egresado» se concreta en siete salidas laborales específicas que abarcan diferentes roles: investigador, documentalista, docente (profesor de instituto y universidad), consultor, mediador, asesor y diseñador de estrategias de comunicación. Estos roles se presentan como salidas laborales para cualquier persona graduada en Periodismo, pero nuestro estudio demuestra que no parecen contar con el suficiente refuerzo formativo dentro de los actuales planes de estudios impartidos en España. La formación en investigación parece relegada a las etapas de máster y doctorado, una decisión que puede ser aceptable si tenemos en cuenta el escaso tiempo disponible durante el grado, pero que no debería desembocar en la conclusión de que estos grados preparan, de forma suficiente, para algunas de las tareas promocionadas por las universidades estudiadas.

El presente estudio no concluye aquí, sino que encuentra líneas de investigación de futuro, especialmente por la necesidad de abordar la adaptación de métodos y técnicas al nuevo entorno comunicativo digital que requieran nuevos enfoques y manejo de herramientas, así como la necesidad de innovar en las prácticas y dinámicas de la investigación social y en el incremento de la colaboración científica. Las limitaciones de este artículo apuntan al hecho de que las fuentes documentales consultadas son, únicamente, las que se encuentran disponibles pública y oficialmente: no se ha completado un contraste

con las posiciones del profesorado que asume este encargo docente, por lo que no es posible afirmar que el contenido de las guías docentes se ajuste con precisión a los contenidos compartidos en el aula. Tanto el estudio del desempeño docente como de las preferencias y de las competencias en materia de investigación del profesorado podría suponer un interesante contrapunto a los hallazgos compartidos en este trabajo.

A partir de estas conclusiones se plantea la necesidad de encontrar un equilibrio entre la defensa de los fundamentos básicos de la investigación científica y la necesidad de incorporar nuevos enfoques temáticos, formativos y metodológicos en las aulas. La exposición de innovaciones tanto en los temas tratados como en los recursos de investigación permitiría abrir un mayor espacio para la investigación científica en los grados en Periodismo, lo que se presentaría como una verdadera salida profesional en el marco de una universidad que fomentara la investigación, la transferencia de conocimiento y la innovación. Esta perspectiva puede ser ampliada a través de estudios posteriores que incluyan encuestas o debates con los responsables docentes de estas materias en diferentes universidades para arbitrar propuestas concretas de mejora y actualización de la formación metodológica del periodista.

Referencias bibliográficas

- ANECA (2005). «Libro Blanco. Títulos de Grado en Comunicación». Recuperado de <http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf>
- ARCILA, C.; PIÑUEL, J.L. y CALDERÍN, M. (2013). «La e-investigación de la Comunicación: Actitudes, herramientas y prácticas en investigadores iberoamericanos». *Comunicar*, 40, 111-118.
<<http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-03-01>>
- ARROYO, M. (2011). «Aproximación al perfil del periodista en la postmodernidad». *Razón y Palabra*, 76.
- BARRANQUERO, A. y ROSIQUE, G. (2014). «La formación en comunicación/educación para el cambio social en la universidad española: Rutas para un diálogo interdisciplinario». *Cuadernos.Info*, 35, 83-102.
<<https://doi.org/10.7764/cdi.35.656>>
- BARRIOS, R. y ZAMBRANO, W.R. (2014). «Convergencia digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista». *Anagramas*, 13 (26), 221-240. Colombia: Universidad de Medellín.
- BERGANZA, M.R. y RUIZ, J.A. (coords.) (2005). *Investigar en comunicación: Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid: McGraw Hill.
- CAFFAREL, C.; ORTEGA, F. y GAITÁN, J.A. (2017). «Investigación en comunicación en la universidad española en el período 2007-2014». *El Profesional de la Información*, 26 (2), 218-227.
<<https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.08>>
- CLUA, A. (2013). «Las asignaturas de metodología de la investigación en los grados de Comunicación, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas de las universidades españolas: Análisis crítico frente a los retos del EEES». En: VICENTE, M.; GONZÁLEZ, T. y PACHECO, M. (coords.). *Investigar la comunicación hoy: Revi-*

- sión de políticas científicas y aportaciones metodológicas*. Segovia: Universidad de Valladolid.
- DE FILIPPO, D. (2013). «La producción científica española en Comunicación en WOS: Las revistas indexadas en SSCI (2007-12)». *Comunicar*, 41, 25-34.
<<https://doi.org/10.3916/C41-2013-02>>
- FLORES, J.M. (2009). «Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales». *Comunicar*, 33, 73-81.
<<https://doi.org/10.3916/c33-2009-02-007>>
- GAITÁN, J.A. y PIÑUEL, J.L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social: Elaboración y registro de datos*. Madrid: Síntesis.
- GALINA RUSSELL, I. (2011). «¿Qué son las Humanidades Digitales?». *Revista Digital de la Universidad Autónoma de México*, 12 (7).
- IGARTUA PEROSANZ, J.J. y HUMANES, M.L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- JENSEN, K.B. y JANKOWSKI, N.W. (eds.) (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch.
- JONES, E. (1998). «Investigación sobre comunicación en España: Evolución y perspectivas». *ZER*, 5, 13-51.
- LAZCANO, D. (2013). «Metodologías de investigación: Aproximación a su enseñanza en el grado de Periodismo en España». *Periodística*, 15, 11-28. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació.
- LÓPEZ-RABADÁN, P. y VICENTE-MARIÑO, M. (2011). «Métodos y técnicas de investigación dominantes en las revistas científicas españolas sobre comunicación (2000-2009)». En: PIÑUEL, J.L.; LOZANO, C. y GARCÍA, A. *Investigar la Comunicación en España*, 665-679. Fuenlabrada: Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Rey Juan Carlos.
- LÓPEZ, X.; GAGO, M.; TOURAL, C. y LIMIA, M. (2013). «Nuevos perfiles y viejos cometidos de los profesionales de la información». En: VV. AA. *Los nuevos desafíos del oficio de Periodismo*. Actas del XVIII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística (SEP) (pp. 55-63). Madrid: SEP / Universidad Carlos III de Madrid.
- LÓPEZ, X.; TOURAL, C. y RODRÍGUEZ, A.I. (2016). «Software, estadística y gestión de bases de datos en el perfil del periodista de datos». *El Profesional de la Información*, 25 (2), 286-294.
<<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.mar.16>>
- LOZANO-ASCENCIO, C. y GAITÁN-MOYA, J.A. (2011). «Dedicación a la investigación y a la docencia universitaria en comunicación: Compatibilidad y perfiles en España, Europa y América Latina». En: PIÑUEL, J.L.; LOZANO, C. y GARCÍA, A. *Investigar la Comunicación en España*, 587-595. Fuenlabrada: Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Rey Juan Carlos.
- (2016). «Vicisitudes de la investigación en comunicación en España en el sexenio 2009-2015». *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social «Disertaciones»*, 9 (2), 139-162.
- MARTÍNEZ NICOLÁS, M. y SAPERAS, E. (2011). «La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007): Análisis de los artículos publicados en revistas científicas». *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, 101-29.
<<https://doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-926-101-129>>
- MASIP, P. y MICÓ, J.L. (2009). «El periodista polivalente en el marco de la convergencia empresarial». *Quaderns del CAC*, 31-32, 91-99.

- MELLADO, C.; SIMÓN, J.; BARRÍA, S. y ENRÍQUEZ, J. (2007). «Investigación de perfiles profesionales en Periodismo y Comunicación para una actualización curricular». *ZER*, 23, 139-164.
- MENESES, M.D. y RIVERO, Y. (2017). «La formación en periodismo científico desde la perspectiva del sistema nacional de I+D+i: El caso español». *Cuadernos.info*, 41, 107-122.
<<https://doi.org/10.7764/cdi.41.1145>>
- PIÑUEL, J.L.; SÁNCHEZ-CARRIÓN, J.J.; PEÑAFIEL, C.; DÍAZ NOSTY, B. y MARZAL, J.J. (2017). «El estudio MapCom y la investigación en España en las tesis doctorales y los proyectos de I+D». En: DÍAZ NOSTY, B. y FRUTOS GARCÍA, R. de (coord.). *Tendencias de la investigación universitaria española en Comunicación*, 13-33. Madrid: Thomson Reuters-Aranzadi.
- QUIVY, R. y VAN CAMPENHOUDT, L. (1998). *Manual de investigación en ciencias sociales*. México: Limusa.
- RODRÍGUEZ-YUNTA, L. (2013). «Humanidades digitales: ¿Una mera etiqueta o un campo por el que deben apostar las ciencias de la documentación?». *Anuario ThinkEPI*, 7, 37-43.
- SALAVERRÍA, R. (2015a). «Ideas para renovar la investigación sobre medios digitales». *El Profesional de la Información*, 24 (3), 223-226.
<<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.may.01>>
- (2015b). «Los labs como fórmula de innovación en los medios». *El Profesional de la Información*, 24 (4), 397-404.
<<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.jul.06>>
- SÁNCHEZ-GARCÍA, P. (2016). «Los efectos de la primera fase del EEES en la enseñanza del Periodismo en España: mayor especialización y formación práctica». *Communication & Society*, 29 (1), 125-143.
<<https://doi.org/10.15581/003.29.1.125-142>>
- SÁNCHEZ-GARCÍA, P.; CAMPOS-DOMÍNGUEZ, E. y BERROCAL, S. (2015). «Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes». *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 187-208.
<<https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1042>>
- SCOLARI, C. (2008). «La formación de los comunicadores en Iberoamérica ante el desafío digital». *Anàlisi*, 36, 197-209.
- SCOLARI, C.; MICÓ, J.L.; NAVARRO, H. y PARDO, H. (2008). «El periodista polivalente: Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes». *Zer*, 25, 37-60.
- TAYLOR, S.T. y BOGDAN, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- TEJEDOR, S. (2008). «Ciberperiodismo y universidad: Diagnósticos y retos de la enseñanza del periodismo online». *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 36, 25-39.
- TOUS, A.; MARINI, L. y DÍAZ-NOCI, J. (2012). «Journalism Schools or Communication Faculties? Teaching Research Methodology to Communication Students». En: SÁNCHEZ GONZALES, H. (coord.). *Innovación, educación, periodismo y tecnología en la universidad*. Madrid: Dykinson, D.L, 75-96.
- WIMMER, R.D. y DOMINIK, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación: Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

