

Una aproximación temática a la producción andaluza en comunicación: análisis a partir de las tesis doctorales de las Universidades de Sevilla y de Málaga

Autores: Víctor Herrero Solana (Universidad de Granada) y Luis Arboledas Márquez (Universidad de Granada)

Citación recomendada: Arboledas Márquez, Luis; Herrero Solana, Víctor (2011). "Una aproximación temática a la producción andaluza en comunicación: análisis a partir de las tesis doctorales de las Universidades de Sevilla y de Málaga ". *Hipertext.net*, 9. <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-9/produccion-andaluza-comunicacion.html>



Resumen: Las tesis doctorales constituyen un medio de producción científica que suele estar poco estudiado. Esto se debe principalmente a que su circuito de difusión es bastante reducido. A pesar de estas limitaciones, en el presente trabajo se realiza un análisis temático comparativo de las tesis producidas en el ámbito de la comunicación en las dos principales facultades de la especialidad en Andalucía, las de las Universidades de Sevilla y de Málaga. Se encuentran ciertas similitudes en ambas, pudiéndose caracterizar tres núcleos temáticos básicos. Para visualizarlos se ha utilizado la técnica de análisis de redes sociales (ARS).

Palabras clave: Comunicación, Tesis doctorales, Producción científica, Análisis de Redes Sociales, Universidad de Sevilla, Universidad de Málaga, Andalucía

Sumario:

1. Introducción
2. Comunicación e investigación en Andalucía
3. Las facultades andaluzas
4. Antecedentes y objetivos
5. Material y métodos
6. Resultados
7. Conclusiones
8. Bibliografía

1. Introducción

Los estudios en materia de comunicación social se incorporaron de manera definitiva al acervo científico español a partir de los años ochenta, coincidiendo con la recuperación de las libertades, la acelerada transformación del sistema mediático y la consolidación de los estudios universitarios en esta materia.

Existe un amplio consenso en torno al papel determinante ejercido por las universidades en el desarrollo de estas investigaciones (Casasús (2005), Berrio (1997), García Jiménez (2007), Jones (1998a), Moragas (1998)). El esfuerzo desplegado por la comunidad universitaria compensa las notables carencias observadas en el ámbito de la iniciativa privada y, sobre todo, la insignificante atención prestada por los gobiernos centrales y autonómicos; esta actitud de las Administraciones debe relacionarse con su desprecio o su incapacidad para afrontar de forma clara políticas públicas de comunicación precisamente cuando se estaba diseñando un nuevo sistema político, una carencia que expertos como Moragas (1988 y 1998) han puesto de manifiesto, extendiéndola incluso al ámbito de la Unión Europea.

Esta incapacidad se ha mitigado con el paso del tiempo, en especial, en algunos territorios. En Cataluña, por ejemplo, el gobierno autónomo se propuso desde los primeros momentos el desarrollo de un espacio comunicativo propio y, entre otras medidas, impulsó instituciones dedicadas a la investigación sobre comunicación. Así, en 1987 nació el Centre d'Investigació de la Comunicació (CEDIC), que en su década de existencia desarrolló una labor investigadora y divulgativa sobresaliente (Jones, 1998b). Poco después de su

desaparición se pusieron en marcha el Institut de la Comunicació de la UAB (InCom-UAB) y el Consell de l'Audiovisual de Catalunya; ambos se completan con otros organismos como el Institut d'Estudis Catalans, la Diputación de Barcelona, el Colegio de Periodistas y la Fundación Jaume Bofill (Berrio, 1997).

Fruto de la actividad en estos centros y en las universidades es la consolidación de la llamada "escuela catalana de comunicación". Uno de los "padres fundadores" de esta corriente, Miquel de Moragas, ya advertía en 1982 de la necesidad de impulsar una adecuada política de investigación que sirviera de sustento al gobierno y a la oposición para poner en marcha una «Política Nacional de Comunicación capaz de proteger el sistema democrático y el desarrollo cultural y político de Cataluña» (Cit. en Corominas, 1997: 106).

Muy distinta es la situación en Andalucía. A la hora de analizar la investigación sobre comunicación, la comunidad autónoma andaluza se caracteriza por una nula política de comunicación y de investigación, la ausencia de agentes privados y la práctica concentración en la universidad.

2. Comunicación e investigación en Andalucía

La Andalucía que accedió al autogobierno en 1982 era una comunidad caracterizada por un secular atraso y una creciente dependencia y marginación respecto a las regiones centrales (Delgado Cabeza, 1981); sus datos básicos la situaban como una región pre-industrial (de los Santos López, 1991).

Al analizar la situación desde la perspectiva de la comunicación, Bernardo Díaz Nosty (1999) señala que estas características situaban a Andalucía muy próxima a los países en vías de desarrollo de América Latina; la diferencia, según este autor, es que muchos países latinoamericanos intentaron contrarrestar la situación aplicando políticas nacionales de comunicación, como una forma de luchar contra el subdesarrollo, mientras que el autogobierno andaluz no mostró ningún interés por este tipo de estrategias.

En síntesis, se puede decir que la política de comunicación aplicada en Andalucía no fue más que un remedo de las ejecutadas por los gobiernos centrales controlados por el PSOE. Estas políticas se pueden caracterizar por el férreo control de los medios de titularidad pública y la liberalización del sector privado, sometido a tutelaje o control indirecto a través de figuras como las ayudas a la difusión, la publicidad institucional o las concesiones administrativas (Fernández y Santana, 2000; Quintana Paz y Sánchez Alonso, 2005; Arboledas, 2008).

De forma paralela, los gobiernos andaluces han mostrado un nulo interés por impulsar medios de carácter regional. La consecuencia es un sistema mediático que adolece de las mismas carencias que la estructura económica: falta de vertebración, debilidad, dependencia, dominio de la producción no autóctona (Torres López, 1999).

En Andalucía no se observa nada parecido a Cataluña, ni en el ámbito privado ni en el público. Los gobiernos andaluces no se han interesado por la investigación sobre comunicación en ningún momento; ni el Centro de Estudios Andaluces ni el Instituto de Estudios Sociales de Andalucía tienen programas o líneas de investigación dedicadas a la comunicación; ninguno de los sucesivos planes de investigación y desarrollo la han incluido entre sus objetivos; ni siquiera el Plan Andalucía Sociedad de la Información (2007-2010) dedica una sola línea a posibles investigaciones relacionadas con el sistema comunicativo.

En esta especie de páramo destaca la notable actividad investigadora y difusora realizada por el Grupo Comunicar (García Jiménez, 2007), que nació en 1987 como "Seminario Prensa Escuela", impulsado por profesores y periodistas en la provincia de Huelva. En 1992 el grupo adquirió implantación regional y puso en marcha dos grandes líneas de actuación: una dedicada al desarrollo de proyectos regionales o nacionales y otra centrada en actividades de formación de carácter provincial; todo ello completado con un conjunto de materiales didácticos y publicaciones, entre las que destaca la revista Comunicar1 .

Por otro lado, en el ámbito estrictamente audiovisual se debe mencionar la labor emprendida por la Fundación Audiovisual de Andalucía, un organismo sin ánimo de lucro patrocinado por la radiotelevisión andaluza (RTVA). Creada en 1998, su propósito es promover el conocimiento y el desarrollo de la industria audiovisual en la región; sus instrumentos más destacados son los cursos de formación, las jornadas específicas sobre el sector y la divulgación de una guía anual donde se recogen todos los operadores audiovisuales (www.fundacionava.org).

En este escenario de grandes carencias, los estudios y análisis realizados en las universidades andaluzas adquieren un significado especial: constituyen la única vía de acercamiento a un sector que muy pocos dudan en calificar de estratégico.

3. Las facultades andaluzas

Las Facultades de Ciencias de la Información de Madrid y de Barcelona se abrieron en 1971; la de Sevilla (US), en 1989 y la de Málaga (UMA), en 1992. Estas fechas ponen de manifiesto que Andalucía se incorporó con un manifiesto retraso a las corrientes investigadoras en materia de comunicación, circunstancia que no se observa en otros ámbitos como la biomedicina o las llamadas ciencias puras.

Los centros andaluces tuvieron un origen y una evolución similar: ambos nacieron a partir de Departamentos existentes en las facultades de "letras". Así, la facultad de Sevilla tuvo como primera unidad docente al Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Periodismo, Literatura y Estética. La de Málaga, por su

parte, inició sus pasos a partir del Departamento de Filología Española II y Teoría de la Literatura.

Desde el punto de vista de la investigación, este origen común en el ámbito de la literatura y la estética, o en las "letras" en sentido amplio, será determinante. Como se comprobará más adelante, una buena parte de la producción científica estará relacionada con estas materias en detrimento de otras específicamente ligadas a la comunicación social.

Además de Sevilla y Málaga, otras dos universidades andaluzas han comenzado en los últimos años a ofrecer estudios en el ámbito de la comunicación. En primer lugar, están los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas que la Universidad de Cádiz ofrece en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de su Campus de Jerez, a partir del curso 2005-2006. Posteriormente, en el curso 2006-2007, la Universidad de Granada comenzó a ofrecer la licenciatura en Comunicación Audiovisual, a través de su Facultad de Comunicación y Documentación. El desarrollo académico de estos centros es aún incipiente por lo que no han sido tenidos en cuenta en el presente estudio.

Al igual que ocurriera en Madrid y en Barcelona, el propio desarrollo de la actividad académica en las facultades andaluzas ha ejercido como gran impulsor de las investigaciones, en especial, en forma de tesis doctorales, instrumento imprescindible para consolidar la carrera docente.

Por lo que se refiere a la Facultad de Sevilla, existe una primera aproximación a su producción científica; se trata de la investigación dirigida por el profesor Ramón Reig que abarca su primera década de funcionamiento: desde 1989 hasta 2000. Este estudio se presenta a sí mismo como «un trabajo de periodismo de precisión [...] con el objetivo de que estos datos trasciendan más allá de nuestra comunidad universitaria y sean de interés para otros investigadores que quieren profundizar teniendo este estudio como base» (Reig et al., 2000: 260).

El análisis se realiza sobre trabajos de investigación, tesis doctorales, artículos y libros. Esta producción se divide, a su vez, bajo seis grandes epígrafes: periodismo, comunicación audiovisual, publicidad, comunicación, literatura y otros ámbitos. El estudio repasa el número de libros y de artículos y los agrupa por contenidos; periodismo y comunicación en general son las materias más habituales en los libros mientras que publicidad, periodismo y comunicación son los asuntos más frecuentes entre los artículos publicados durante todo este período (Reig et al. 2000).

El estudio incluye, asimismo, una relación de los trabajos de investigación y de las tesis doctorales con sus autores y directores; esta producción aparece ordenada cronológicamente y sin ningún otro análisis salvo los profesores más cotizados para ejercer como directores, que son: M. A. Vázquez Medel, J. M. Gómez y Méndez, J. Jiménez Segura y R. Reig (Reig et al. 2000).

Por esta razón resulta más atractivo si cabe analizar el perfil temático de la investigación desarrollada en las dos facultades andaluzas de comunicación, transcurridos tres largos lustros desde su apertura. En el presente trabajo haremos una aproximación a la producción de tesis doctorales de ambos centros.

4. Antecedentes y objetivos

Las tesis doctorales constituyen un tipo documental muy específico, que incluso en España se encuentra regulado por ley. Son, al mismo tiempo, una fuente documental válida para estudiar el estado de la investigación en un determinado dominio (López López, 1996). Si bien se considera que los artículos en publicaciones científicas es el tipo documental más comúnmente analizado, las tesis doctorales son un buen medio para conocer los focos de generación de investigación de las escuelas científicas (López Yepes, 2002).

Una rápida revisión de la literatura científica española nos muestra una variedad de trabajos dedicados al estudio de las tesis doctorales en diversas áreas de temáticas, tales como: Psicología (Mestre y Pérez Delgado, 1991; Civera y Tolosa, 2001; Agudelo et al., 2002), Contabilidad (Casanueva Rocha et al., 2007), Informática (Urbano, 2005), Geografía (Lázaro, 2002), Biblioteconomía y Documentación (Fuentes y González, 2002; Perianes, 2005), Ornitología (Barbosa, 2000), Anestesiología (Figueredo et al., 2002), y Educación (Fernández Cano et al., 2003; Ponce de León et al., 1998; Alvarez Suárez, 2008). Específicamente en el campo de la Comunicación encontramos un estudio sobre tesis doctorales dedicadas a la radiodifusión (Repiso Caballero et al., 2010).

En estos trabajos predominan los estudios de corte bibliométrico clásico, con indicadores basados en conteos, acumulación y rankings. Al margen de éstos, comienzan a aparecer análisis basados en indicadores relacionales que suelen ser representados mediante técnicas de análisis estructural y de redes sociales, o redes sociales a secas.

Ésta es la aproximación escogida en el presente trabajo. El objetivo del mismo consiste en brindar una aproximación al perfil temático de las tesis doctorales en las Facultades de Comunicación de las Universidades de Sevilla y de Málaga. Este perfil temático se desprenderá del campo de descriptores de cada una de la tesis. Sin embargo, el análisis no se limita a un simple conteo de estos descriptores, ya que además se tendrá en cuenta la información de tipo relacional. De esta forma, se podrá apreciar en que manera los descriptores co-existen en cada una de las tesis. La mejor forma de representar visualmente estas relaciones es utilizando precisamente el método de las redes sociales.

5. Material y métodos

La idea básica de una red social es simple: se trata de un conjunto de actores (o puntos, nodos o agentes) entre los que existen vínculos (o relaciones). Las redes pueden tener muchos o pocos actores y una o más clases de relaciones entre pares de actores. Una razón para la utilización de técnicas matemáticas y de grafos en el análisis de redes sociales es que permite representar la descripción de una red de manera concisa y sistemática. También posibilita el uso de ordenadores para almacenar y manipular rápidamente la información y de manera más precisa que si se hiciese manualmente. La fundamentación detallada del análisis de redes sociales excede la extensión que puede tener este trabajo. Para ello se recomienda el manual de Hanneman y Riddle (Hanneman y Riddle, 2005).

La fuente de información utilizada ha sido la base de datos Teseo (TESis Españolas Ordenadas), creada por el entonces Ministerio de Educación en 1975. Desde 1997 se encuentra disponible de forma gratuita en línea y actualmente depende del Ministerio de Ciencia e Innovación². La interfaz web fue actualizada durante el verano de 2008. Ahora es mucho más efectiva y potente pero, por contrapartida, el número de campos por los que se puede hacer la búsqueda es mucho menor. Los datos utilizados en este trabajo fueron obtenidos con la versión anterior de la base de datos de manera que algunas de las opciones usadas pueden no encontrarse actualmente disponibles.

Si bien la información que alimenta la base de datos es aportada por imperativo legal por las propias universidades, no puede garantizarse que la base contenga la información sobre todas las tesis leídas. Este hecho, sumado a la posibilidad de algunos fallos en la carga de datos, hace imposible la certeza de tener a disposición la totalidad de la producción. Un estudio de 2008 indica que, en el caso de la Facultad de Educación de la Universidad de Granada, sólo el 60% de las tesis aparecen en Teseo (Alvarez Suárez 2008). De todas formas, a pesar de no contar con el 100% de la información sobre las tesis andaluzas, la cantidad recuperada es suficientemente representativa de la totalidad del dominio.

Los datos de Teseo se extrajeron a partir del campo "centro de lectura" y se completaron con los campos "departamento" y "programa de doctorado". A estos registros se les dio, mediante un software desarrollado ad-hoc, un formato de campos de etiquetas de dos letras (tipo Dialog). Bajo este formato los registros pudieron ser procesados con el programa Bibexcel3, desarrollado por Olle Persson de la Universitat de Umeå. Bibexcel permite generar con facilidad tanto los rankings como los ficheros de relaciones que luego son visualizados mediante el programa Pajek4, uno de los más utilizados en el campos del análisis de redes sociales.

6. Resultados

En la tabla 1 se pueden apreciar los descriptores de ambas universidades que aparecen más de una vez y ordenados de forma decreciente. Vemos que en las primeras tres posiciones ambos rankings coinciden. A partir de ahí, en la parte media y media-alta, comienzan algunas diferencias. Estas diferencias son, ante todo, de posición, ya que en general los descriptores siguen siendo comunes a ambos. Hacia el final empiezan a aparecer descriptores únicos, que figuran en una sola universidad o que están por debajo del umbral de la otra. El caso más destacable es el descriptor Comunicación Audiovisual y Publicidad que aparece en seis tesis de la UMA, pero en ninguna de la US.

| Univ. de Sevilla | | Univ. de Málaga | |
|-------------------------|------------------------------------|------------------------|------------------------------------|
| # | Descriptor | # | Descriptor |
| 19 | Ciencia Política | 23 | Ciencia Politica |
| 19 | Opinión Publica | 21 | Opinion Publica |
| 16 | Sociología | 15 | Sociologia |
| 14 | Ciencias de las Artes y las Letras | 12 | Medios de Comunicacion de Masas |
| 13 | Medios de Comunicación de Masas | 11 | Prensa |
| 12 | Comunicaciones Sociales | 10 | Ciencias de las Artes y las Letras |
| 12 | Teoria Analisis y Critica de las | 10 | Historia |

| | | | |
|----|------------------------------------|---|---|
| | Bellas Artes | | |
| 11 | Prensa | 9 | Comunicaciones Sociales |
| 10 | Cinematografia | 9 | Historias Especializadas |
| 9 | Historia | 9 | Teoria Analisis Y Critica De Las Bellas Artes |
| 7 | Historias Especializadas | 7 | Publicidad |
| 5 | Historia del Periodismo | 7 | Organizacion Y Gestion De Empresas |
| 5 | Psicologia | 7 | Historia Del Periodismo |
| 4 | Psicologia Social | 7 | Ciencias Economicas |
| 3 | Organizacion y Gestion de Empresas | 6 | Psicologia Social |
| 3 | Estetica de las Bellas Artes | 6 | Psicologia |
| 3 | Historia Contemporanea | 6 | Tecnicas Publicitarias |
| 3 | Historia por Epocas | 6 | Comunicación Audiovisual y Publicidad |
| 3 | Tecnicas Publicitarias | 5 | Cinematografia |
| 3 | Ciencias Tecnologicas | 4 | Antropologia |
| 3 | Ciencias Economicas | 4 | Sociologia de los Medios de Comunicacion de Masas |
| 2 | Historia del Arte | 3 | Musica y Musicologia |
| 2 | Historia Local | 3 | Marketing |
| 2 | Antropologia Cultural | 3 | Grupos Sociales |
| 2 | Dibujo y Grabado | 3 | Antropologia Cultural |
| 2 | Historia de Paises | 3 | Sociologia del Trabajo |
| 2 | Pedagogia | 3 | Sociologia Cultural |
| 2 | Musica Y Musicologia | 2 | Ciencias Tecnologicas |

| | | | |
|---|--------------------------------------|---|--------------------------------------|
| 2 | Linguística Aplicada | 2 | Internet E Intranet |
| 2 | Publicidad | 2 | Linguística Sociológica |
| 2 | Linguística | 2 | Propaganda |
| 2 | Fotografía | 2 | Tecnología de las Telecomunicaciones |
| 2 | Antropología | 2 | Políticas Sectoriales |
| 2 | Filosofía | 2 | Posición Social de la Mujer |
| 2 | Teoría Analisis y Crítica Literarios | 2 | Etnomusicología |
| | | 2 | Folklore |

Tabla 1. Ranking de descriptores de ambas facultades
Fuente: elaboración propia a partir de Teseo

En las figuras 1 y 2 encontramos los descriptores de la US y UMA (respectivamente) expresados como redes. Los círculos representan los descriptores de manera tal que su tamaño es directamente proporcional a su frecuencia de aparición. Por su parte, los enlaces indican la cantidad de tesis en que cada par de descriptores han coincidido (co-ocurrencia).

En el caso de la US se pueden advertir unos tres núcleos de descriptores. El más destacado es el que integran los descriptores Prensa, Ciencia Política, Opinión Pública, Medios de Comunicación de Masas, y en menor medida Sociología y Comunicaciones Sociales. El segundo núcleo podría estar compuesto por Teoría Análisis y Crítica de las Bellas Artes, Ciencias de las Artes y las Letras, Cinematografía y en menor medida Historia e Historias especializadas. El tercero, de menor volumen, estaría compuesto por Psicología, Psicología Social, Publicidad, Técnicas Publicitarias, Organización y Gestión de Empresas, y Ciencias Económicas. Es importante destacar que los núcleos no aparecen desconectados, en diferente componentes, sino que forman un todo dando idea de una homogeneidad general. Los núcleos se encuentran relacionados directamente o a través de terceros descriptores, generalmente periféricos, todos ellos de menor importancia. El núcleo que presenta un mayor número de descriptores periféricos es el segundo, con un entramado de descriptores que comienzan con el término Historia.

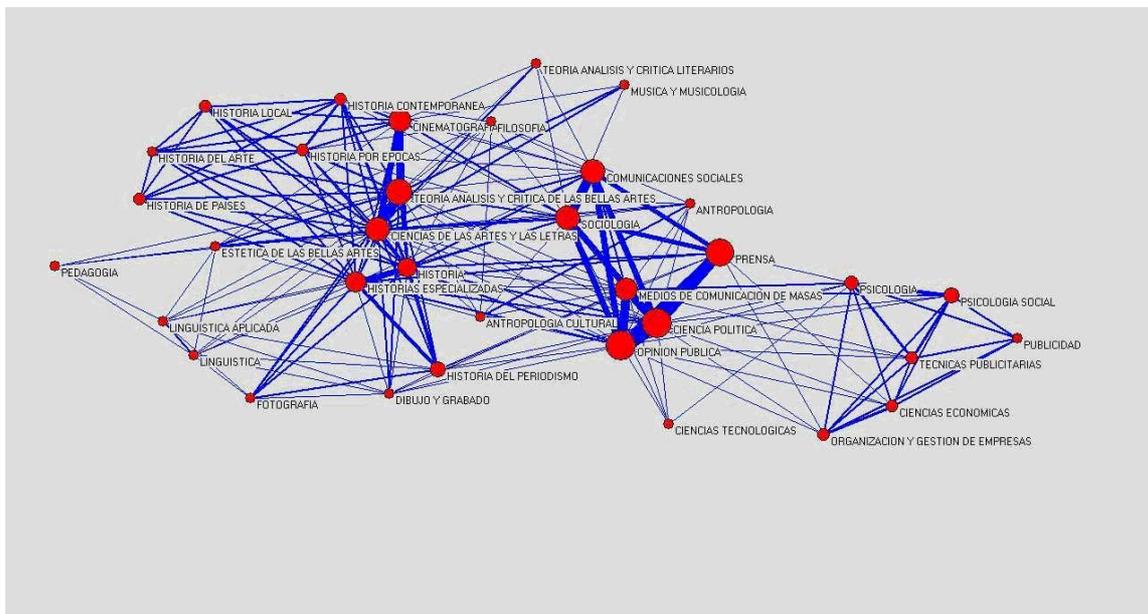


Figura 1 - Universidad de Sevilla

En el caso de la UMA, vemos que los descriptores aparecen más fuertemente ligados que en el caso anterior. No obstante, es posible adivinar también tres núcleos. El primero estaría compuesto por Opinión Pública, Ciencia Política, Medios de Comunicación, Prensa y Sociología, entre otros. El segundo núcleo es mucho más laxo. Se ubica también a la izquierda, destacando Ciencias de las Artes y Letras, Teoría, Análisis y Crítica de las Bellas Artes, Historias especializadas, entre otros. Finalmente habría un tercer núcleo que estaría formado por Organización y Gestión de Empresas, Publicidad, Ciencias Económicas y Marketing. También, como en el caso anterior, aparecen descriptores periféricos, aunque éstos son distintos, caracterizando a cada uno de los mapas.

En líneas generales se puede encontrar una razonable equivalencia entre los núcleos de ambas universidades. Esto ocurre especialmente con el primer y tercer núcleo, siendo el segundo un poco más difuso en ambos casos. Si comparamos estos núcleos con las tres titulaciones que ofrecen ambas facultades, encontramos una cierta correlación entre el primer núcleo con el Periodismo y el tercero con la Publicidad y Relaciones Públicas. No obstante, Comunicación Audiovisual -a pesar de que ambas facultades figuran entre las primeras de España en ofrecer la licenciatura específica en este ámbito- no parece estar claramente identificada con ninguno de los núcleos, aunque el segundo parece ser el más afín.

Por otra parte, si el enfoque se realiza a partir de los sectores tradicionales de la comunicación social, se observan también notables ausencias; aparecen prensa, publicidad, cine, fotografía, pero están ausentes televisión y radio, los dos medios principales en la rama de comunicación audiovisual. Paradójicamente aparece el descriptor cinematografía, a pesar de que ninguna de las facultades enseña cine de manera específica. Por el contrario, y especialmente en el caso de la US, sobresalen los estudios historiográficos, en consonancia con una tendencia general en la investigación académica española. También es muy significativa la presencia de tesis relacionadas con la estética y la literatura, un hecho que se puede comprender fácilmente si se tiene en cuenta las áreas de conocimiento que dieron origen a la facultad sevillana.

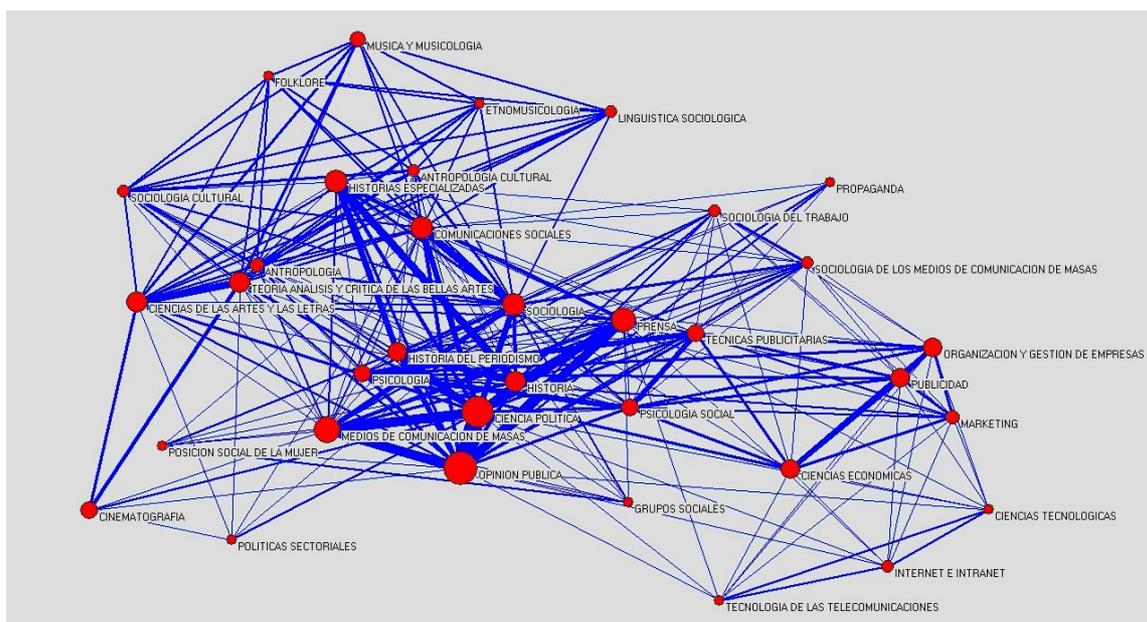


Figura 2 - Universidad de Málaga

En el caso de la UMA, el desglose por sectores presenta características similares al caso anterior. La prensa figura como destacado y aparecen la publicidad, el marketing, el cine o la comunicación social en general; como hemos indicado, destacan por su ausencia la televisión y la radio. Por disciplinas y especialidades científicas, se observa el ya tradicional dominio de la Historia, seguida por la Ciencia Política, la Sociología y las Artes en general.

Volviendo al primer núcleo, en ambos casos se puede comprobar que gira en torno a la prensa, en particular, y a los medios y la comunicación social, en general, y aparecen estrechamente relacionados con la política y la opinión pública; esta situación se podría explicar a partir de las ideas de la prensa como cuarto poder y su capacidad para generar opinión pública y actuar como instrumento político. Una consecuencia de todo ello es que aparezca con gran relieve la sociología, la perspectiva científica que más se ocupa, precisamente, de analizar estas relaciones entre poder, prensa y opinión pública. En el caso de la UMA, se aprecia además una fuerte relación con el segundo núcleo a través de descriptores tales como Comunicaciones Sociales e Historias Especializadas. Además, en este núcleo sobresalen también dos disciplinas con amplia presencia en la tradición investigadora española en la materia: Historia y Sociología.

Finalmente, podemos indicar que el tercer núcleo presenta descriptores comunes en ambos casos, aunque también son importantes los no comunes. En este sentido, es interesante la presencia en la UMA de descriptores relaciones con nuevas tecnologías (Tecnología de las Comunicaciones, Internet e Intranet, y Ciencias Tecnológicas). La UMA se comporta en este núcleo, tal como lo hace en los anteriores, presentando una fuerte

relación con el primero. De hecho, el descriptor Técnicas Publicitarias aparece más cerca de este último. Por el contrario, en el caso de la US los descriptores Técnicas Publicitarias, Psicología Social y Psicología, aparecen claramente separados del resto. Este comportamiento permite identificar los tres núcleos con mayor facilidad en el caso de la UMA.

7. Conclusiones

La caracterización del dominio estudiado permite arribar a más de una decena de conclusiones concretas:

- Política, opinión pública y periodismo constituyen el foco central hacia el que dirigen su interés los doctorandos (y directores) de las dos facultades andaluzas analizadas en el presente artículo.
- Las comunicaciones sociales en general figuran también entre las materias más investigadas pero no se observa ninguna línea centrada específicamente en las teorías de la comunicación.
- La estética o las bellas artes, la literatura y la cultura en general figuran como las otras áreas que despiertan un mayor interés, circunstancia que debe relacionarse con el origen común de ambas facultades a partir de Departamentos de "letras".
- Ni la radio ni la televisión aparecen como objeto de estudio; estas ausencias contrastan con la notable presencia de la prensa o del cine.
- La comunicación audiovisual, en tanto que campo de investigación, sin embargo, no forma parte de las prioridades en ninguna de las dos facultades. Esto se debe quizás a que la comunicación audiovisual como área propia se configura tardíamente y puede todavía no está totalmente asentada, pendiente aún de consolidación, e debe enfrentar a un nuevo desafío: el concepto de multimedia, entendido como una fase más avanzada donde convergen soportes, teorías y prácticas cotidianas.
- En la UMA, se observa un claro dominio de la trilogía opinión pública, ciencia política y periodismo impreso; una situación que entronca con una de las tendencias más importantes de los estudios sobre comunicación social.
- Destaca también la ausencia de investigaciones dedicadas al sistema comunicativo andaluz; ni la estructura ni las políticas de comunicación han recibido la más mínima atención a diferencia de otras comunidades autónomas -como Cataluña- donde la estructura es una de las grandes áreas que han centrado el interés (Berrio, 1997 y 1998; Corominas, 1997; Casasús, 2005). E
- Las teorías y, sobre todo, la estructura de la comunicación son las dos grandes áreas que han centrado el interés, por ejemplo, de los investigadores en comunidades autónomas como Cataluña
- En esta comunidad, las relaciones entre las políticas públicas de comunicación y la tarea de los investigadores ha generado la llamada "Escuela Catalana de Comunicación", especialmente dedicada al análisis del espacio comunicativo propio
- La ausencia de una perspectiva similar en Andalucía provoca que la investigación apenas mantenga vínculos con el espacio comunicativo regional. Esta laguna debe relacionarse con el desinterés de los sucesivos gobiernos autonómicos por impulsar auténticas políticas públicas de comunicación
- En síntesis, se podría interpretar que la producción científica de ambas facultades responde a los condicionamientos de su propio origen, relacionado con las áreas de literatura y estética, o sea, con el concepto tradicional de las "letras". Esta circunstancia se traduce en una mayor atención al ámbito de la prensa -y campos asociados como la política o la opinión pública- y una nula presencia de la radio y la televisión.

Este estudio es un intento por brindar un primer enfoque sobre el problema-dominio (la producción científica andaluza en comunicación). Es fruto de una investigación en curso que seguirá en dos direcciones. En primer lugar, se intentará completar la fuente de datos. Como ya hemos señalado, la cobertura de Teseo dista de ser óptima y completa, por lo que se hace necesario localizar e incluir información sobre las tesis que han quedado fuera de esta base de datos oficial. En segundo lugar, se ampliará el análisis más allá de los descriptores temáticos. En este sentido, será de mucho interés el estudio de la composición de los tribunales de tesis y su visualización a través del análisis de redes sociales.

8. Bibliografía

- Agudelo Vélez, D.; Blanco Roso, S.; Bretón López, J.; Buela Casal, G.; Enríquez Megías, B.; Espinosa Pacheco, M.L.; Vega Betoret, M.I. (2002). "Estado de la investigación psicológica en España: el grado de Doctor y la investigación académica (1976-1998): una réplica". *Infocop*, 81, 74-76.
- Álvarez Suárez, M^a. J. (2008). *Análisis de las tesis doctorales presentadas en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada (1989-2008)*. Trabajo de investigación tutelada. Master en Intervención Psicopedagógica, Granada: Universidad de Granada.
- Arboledas, L. (2008). *La industria radiofónica en Andalucía. Control político y dependencia económica (1982-2008)*. Tesis doctoral, Granada: Universidad de Granada.
- Barbosa, A. (2000). "Diez años de investigación ornitológica en España a través de las tesis doctorales". *Revista Ibérica de ornitología*, 47:2, 273-288.
- Berrio, J. (1997). *Un segle de recerca sobre comunicació a Catalunya: estudi crític dels principals àmbits d'investigació de la comunicació de massa*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

- Berrio, J. (1998). "La recerca sobre comunicació social a Catalunya: assaig de realització d'un panorama comprensiu". *Anàlisi*, 22, 47-59.
- Caffarel, C.; Domínguez, M.; Romano, V. (1989). "El estado de la investigación de comunicación en España (1978-1987)". *C.IN.CO*, 3, 45-57.
- Casanueva Rocha, C.; Escobar Pérez, B.; Larrinaga González, C. (2007). "Red social de Contabilidad en España a partir de los tribunales de tesis". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 136, 707-722.
- Casasús i Guri, J. M^a. (coord.). (2005). *Comunicació i informació. Reports de la recerca a Catalunya: 1996-2002*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.
- Civera Molla, C.; Tortosa Gil, F. (2001). "Estado de la investigación psicológica en España: el grado de Doctor y la investigación académica (1976-1998)". *Papeles del Psicólogo*, 79, 42-52.
- Corominas, M. (1997). "Estructura i polítiques de comunicació". 99-150. En: Berrio, J. (dir), *Un segle de recerca sobre comunicació a Catalunya: estudi crític dels principals àmbits d'investigació de la comunicació de massa*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Delgado Cabeza, M. (1981). *Dependencia y marginación de la economía andalusa*. Córdoba: Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Córdoba.
- Fernández Alonso, I.; Santana Cruz, F. (2000). *Estado y medios de comunicación en la España democrática*. Madrid: Alianza Editorial.
- Fernández Cano, A.; Torralbo M.; Rico, L.; Gutiérrez, P.; Maz, A. (2003). "Análisis cuantitativo de las tesis doctorales españolas en educación matemática (1975-1998)". *Revista Española de Documentación Científica*, 26:2, 162-176.
- Figueredo, E.; Sánchez Perales, G.; Villalonga, A.; Castillo, J. (2002). "Tesis doctorales españolas sobre Anestesiología y publicaciones científicas de sus autores". *Revista Española de Anestesiología y Reanimación*, 49:3, 124-130.
- Fuentes i Pujol, M.E.; González Quesada, A. (2002). "Tesis doctorales en España en Información y Documentación". En: *La Documentación para la investigación. Homenaje a José Antonio Martín Fuertes*. León: Universidad de León.
- García Jiménez, L. (2007). *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: Tecnos.
- Hanneman, R.; Riddle, M. (2005). *Introduction to social network methods*.
<http://faculty.ucr.edu/~hanneman/nettext/>
- Jones, D. E. (1998). "Investigación sobre comunicación en España: evolución y perspectivas". *Zer*, 5, 13-51.
- Jones, D. E. (1998). "CEDIC: una dècada de recerca en comunicació des de Catalunya". *Anàlisi*, 22, 15-31.
- Lázaro Torres, M.L. (2002). "La Geografía a las puertas del tercer milenio a partir de las tesis doctorales leídas en los noventa". *Estudios Geográficos*, 63:246, 154-168.
- López López, P. (1996). "La investigación bibliométrica en España (tesis doctorales)". *Revista Española de Documentación Científica*, 19:1, 84-99.
- López Yepes, J. (2002). "Focos e investigación y escuelas científicas en Documentación a través de la realización y dirección de tesis doctorales. El caso del Departamento de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad Complutense de Madrid (1983-2001)". *Documentación de las Ciencias de la Información*, 25, 19-54.
- Mestre, V.; Pérez-Delgado, E. (1991). "La Psicología en España a través de las tesis doctorales sobre Psicología en las universidades españolas (1976-1989)". *Revista de Historia de la Psicología*, 12:2, 59-72.
- Moragas, M. de. (1998). "Los estudios sobre comunicación y nuevas tecnologías en España". *C.IN.CO*, 1, 11-19.
- Moragas, M. de. (1998). "Canvis en la comunicació. Canvis en la recerca sobre comunicació". *Anàlisi*, 22, 33-39.
- Perianes Rodríguez, A. (2004). *Análisis de las redes sociales de los tribunales de tesis de dos departamentos españoles de Biblioteconomía y Documentación*. Trabajo de investigación tutelada, doctorado en Documentación, Madrid: Universidad Carlos III de Madrid.
- Ponce de León Elizondo, A.; Gargallo Ibort, E.; Loza Olave, E. (1998). "Análisis de las tendencias en las tesis doctorales de educación física. Cursos 1980-1981 a 1995-1996". *Educación Física y Deportes*, 52, 104-128.
- Quintana Paz, N.; Sánchez Alonso, Ó. (2005). "Las sinergias mediático-gubernamentales de la socialdemocracia española: medios informativos como soportes publicitarios-propagandísticos en los gobiernos de González y Zapatero". 225-239. En: *VII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración; Democracia y Buen Gobierno*. Madrid.

Reig, R. (dir.); García Orta, M^a. J. (coord.); Moreno, L.; Luque, J. (2000). "Investigación sobre comunicación en Sevilla". *Ámbitos*, 5, 259-311.

Repiso Caballero, R.; Delgado López-Cozar, E.; Torres Salinas, D. "Análisis de la investigación sobre radio en España: una aproximación a través del Análisis Bibliométrico y de Redes Sociales de las tesis doctorales defendidas en España entre 1976-2008". En: *I Congreso Publi-radio: el poder creativo de la palabra*. Barcelona : Universidad Autónoma de Barcelona, 13 y 14 de abril de 2010.

Santos López, J. M. de los. (1990). *Sociología de la transición andalusa*. Málaga: Ágora.

Torres López, J. (1999). "Economía y comunicación en Andalucía". En: Hurtado, J. & Fernández, E. (eds.), *Cultura andalusa*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Urbano, C. (2000) "Tipología documental citada en tesis doctorales de informática: bases empíricas para la gestión equilibrada de colecciones". *BiD: biblioteconomía y documentació*. No. 5.

<http://www.ub.edu/bid/05urban2.htm>



Última actualització 22-05-2011
© Universitat Pompeu Fabra, Barcelona