

# INVESTIGACIÓN ACADÉMICA DE LA COMUNICACIÓN: UN BALANCE DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DE LIMA (2016-2021)

HERNÁN CHAPARRO\*  
Universidad de Lima  
hchaparr@ulima.edu.pe

DENNIS CUÉLLAR ASCENCIO\*\*  
Universidad de Lima  
dcuellar@ulima.edu.pe

Recibido: 21 de diciembre del 2021 / Aceptado: 1 de marzo del 2022

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n037.5703>

**RESUMEN.** Se conoce poco sobre las características de la investigación contemporánea sobre comunicación en América Latina y, en particular, en el Perú. Los estudios existentes dan cuenta del impacto que han tenido las actuales políticas sobre investigación en la academia, la heterogeneidad de los temas tratados, la distancia entre formación e investigación, el desarrollo de los grupos de investigación, y el tipo de temas abordados. A fin de iniciar un análisis de la producción científica en investigación en comunicación en el Perú, se desarrolla un estudio descriptivo de tipo bibliométrico de los trabajos de investigación de alumnos y docentes de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, una de las más antiguas del país. Los resultados muestran el impacto de los marcos normativos en el desarrollo de la investigación, la importancia de los grupos de investigación en la producción de publicaciones indexadas y el tipo de temas que han sido abordados.

**PALABRAS CLAVE:** investigación sobre comunicación / grupos de investigación / género / digital / bibliometría

---

\* Doctor en Psicología Social por la Universidad Complutense de Madrid, España (véase: <https://orcid.org/0000-0001-5245-4723>).

\*\* Licenciado en Bibliotecología por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú (véase: <https://orcid.org/0000-0003-3258-2079>).

## ACADEMIC COMMUNICATION RESEARCH: A REVIEW OF COMMUNICATION RESEARCH AT THE UNIVERSITY OF LIMA (2016-2021)

**ABSTRACT.** Little is known about contemporary research on communication in Latin America and, in particular, in Peru. Existing studies show the impact that current research policies have had in academia, the heterogeneity of topics covered, the distance between training and research, the development of research groups, and the type of topics of interest. In order to start an analysis of the scientific production of communication research in Peru, this study offers a descriptive bibliometric approach to the research of students and teachers of the University of Lima's Faculty of Communication, one of the oldest in the country. The results show the impact of regulatory frameworks on the development of research, the importance of research groups in developing indexed publications and the type of topics that have been addressed.

**KEYWORDS:** communication research / research groups / gender / digital / bibliometrics

## PESQUISA ACADÊMICA EM COMUNICAÇÃO: UMA REVISÃO DA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO NA UNIVERSIDAD DE LIMA (2016-2021)

**RESUMO.** Pouco se sabe sobre as características da pesquisa contemporânea em comunicação na América Latina e particularmente no Peru. Estudos existentes mostram o impacto que as atuais políticas de pesquisa têm na academia, a heterogeneidade dos temas abordados, a distância entre formação universitária e pesquisa, o desenvolvimento de grupos de pesquisa e o tipo de temas abordados. Para iniciar uma análise da produção científica sobre a pesquisa em comunicação no Peru, desenvolve-se um estudo bibliométrico descritivo, dos trabalhos de pesquisa de alunos e professores da Faculdade de Comunicação da Universidad de Lima, uma das mais antigas do país. Os resultados mostram o impacto dos marcos regulatórios no desenvolvimento da pesquisa, a importância dos grupos de pesquisa na produção de publicações indexadas e o tipo de temas que foram abordados.

**PALAVRAS-CHAVE:** pesquisa em comunicação / grupos de pesquisa / gênero / digital / bibliometria

## INTRODUCCIÓN

Si bien en el mundo universitario la investigación siempre ha sido una actividad fundamental, es innegable que la misma ha cobrado un renovado impulso en el Perú desde la dación de la Ley Universitaria, Ley 30220, del 2014. Es un fenómeno que se ha producido también en otras latitudes (Arroyave-Cabrera et al., 2020; Martínez-Nicolás, 2020). La ley peruana coloca la investigación como un componente fundamental de sus principios, fines y funciones (artículos 5, 6 y 7); la vincula a la evaluación de docentes y universidades (artículos 84 y 28, respectivamente), y señala que la investigación es una función esencial y obligatoria que corresponde tanto a docentes, estudiantes y graduados (artículo 48). Más allá de los aspectos legales, la investigación de la comunicación enfrenta el reto de entender y actuar sobre un sistema que cambia aceleradamente (Dioses et al., 2017; Lotero-Echeverri et al., 2019). No hay, sin embargo, estudios recientes que permitan evaluar qué se ha avanzado en el país en la investigación de la comunicación. En este contexto, es importante iniciar una evaluación de cuál ha sido el camino recorrido por los estudios sobre comunicación en el Perú; e identificar los temas abordados, los formatos en los que se han difundido, así como otras características de su producción.

La investigación se centra en el análisis de la publicación de estudios que se han desarrollado desde la Universidad de Lima, cuya Facultad de Comunicación es una de las más antiguas del país. Este análisis se toma como un punto de partida para una evaluación de mayor alcance de la producción de investigación en comunicación a nivel nacional.

Con este objetivo, se hará una revisión de cómo ha evolucionado la investigación en comunicación en España y América Latina. Consideramos que es importante revisar los trabajos desarrollados en España por el nivel de avance y profundidad que han logrado en este campo, en particular en el bibliométrico. Luego de ello, se hará un análisis de los resultados de los principales estudios bibliométricos producidos en España, América Latina y el Perú. Esto nos servirá como base para definir cómo abordar el análisis de la producción científica en la Universidad de Lima.

### **Evolución de la investigación en comunicación en España y América Latina**

De los análisis que se han hecho sobre la evolución en América Latina de la investigación en comunicación (González-Pardo et al., 2020; González-Samé et al., 2017; Lotero-Echeverri et al., 2019), nos parece relevante destacar algunos momentos que nos permiten ubicar en el tiempo el desarrollo de estudios y publicaciones de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima. El primero es la década de los setenta, cuando surge la facultad. Esta aparece en un momento en que se comienza a institucionalizar la actividad de investigación en comunicación con una dimensión regional: en 1972, se presenta la primera revista de este alcance (*Chasqui*); se crea, en 1978, la asociación de investigadores a nivel regional (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación [ALAIIC]); y se publica un

primer balance de la investigación en comunicación, que se hace en ese momento (Beltrán, 2000)<sup>1</sup>. En los ochenta, en lo institucional, se agremian las Facultades de Comunicación a través de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) y se realizan los primeros estudios sobre comunicación y educación, y comunicación y cultura popular, bajo la influencia de paradigmas como el funcionalismo norteamericano, la Escuela de Fráncfort y la escuela inglesa de los estudios culturales (Loterio-Echeverri et al., 2019). Los noventa se describen como un momento en el que se va construyendo un perfil propio en los enfoques, con referentes regionales (Martín Barbero y García Canclini, entre otros), y una investigación con mayor fundamento empírico. Se trabaja de una manera multiparadigmática y transdisciplinaria, se abordan las convergencias de las tecnologías, así como su relación con los públicos y la ciudadanía. Se lleva a cabo la internacionalización (Fuentes Navarro, 1999). Por último, la investigación en comunicación en el siglo XXI está marcada por la implementación de políticas públicas que buscan impulsar la investigación en las universidades. Se instaura una “cultura de la evaluación” que vincula el desarrollo de las universidades y la carrera del catedrático, entre otros, con las publicaciones en revistas indexadas. Todo este proceso ya ha sido objeto de diversos balances y no poca polémica (Arroyave-Cabrera et al., 2020; Martínez-Nicolás, 2020). Un nuevo contexto donde las facultades peruanas en general tienen un reto.

Tomando en cuenta los resultados de diversos sistemas de indexación de revistas de investigación en comunicación de Iberoamérica, se encontró que la mayoría, el 74,5 %, son editadas por universidades, primando la edición semestral, así como la indexación en Latindex (González-Pardo et al., 2020). Las revistas mejor ubicadas provienen de Brasil y España (Chávez Sánchez, 2020; González-Pardo et al., 2020). Se señala que hay una estandarización de la investigación que no evalúa temas de fondo, sino un aumento de la cantidad de publicaciones en detrimento de su calidad y sentido (Marí & Martins, 2021).

En el ámbito latinoamericano, el balance general de esta nueva etapa es mixto. Por un lado, se habla de una “tiranía del *ranking*”, que remite a las dificultades asociadas a la demanda de publicar en revistas indexadas para poder hacer carrera académica. Ya no solo es importante publicar, sino que medir el impacto de las publicaciones se convierte en sí mismo en algo relevante. Se forma una cultura de la medición (Arroyave-Cabrera et al., 2020) que puede hacer perder el vínculo de la investigación con la solución de problemas relevantes (Quiroz Velasco, 2017). Se menciona también que no hay líneas de investigación definidas, que se dan “análisis fragmentarios, repetitivos o aislados” (González-Samé et al., 2017, p. 438). Sin embargo, a la vez, se señala que se han incrementado los canales de comunicación, aunque todavía las revistas latinoamericanas no

---

1 Publicado originalmente en inglés: Beltrán, L. R. (1974, 17-20 de septiembre). *Communication research in Latin America: ¿the blindfolded inquiry?* Conference on the Contribution of de Mass Media to the Development of Consciousness in a Changing World, Liepzig, Alemania.

tengan gran impacto (Chávez Sánchez, 2020); que se han establecido redes de investigación a nivel nacional e internacional; y se cuenta con datos empíricos de diversa fuente que deberían permitir, a futuro, el desarrollo de una reflexión teórica mejor fundamentada (González-Samé et al., 2017).

Esta cultura de la medición ha derivado también en el desarrollo de estudios bibliométricos que permiten hacer un análisis más detallado de lo que se viene haciendo en investigación de la comunicación (por ejemplo, Castillo-Esparcia & Castellero-Ostio, 2019; Díaz Campo, 2014; Piñeiro-Otero, 2016). Con ellos se busca profundizar en el análisis de qué se viene publicando, qué temas se abordan, la autoría, etcétera. En el ámbito iberoamericano<sup>2</sup>, estos estudios se inician en los noventa, pero desde el 2010 se les ha dado un particular impulso (Gómez-Escalonilla & Caffarel-Serra, 2022; González-Pardo et al., 2020). La mayoría de ellos están centrados en España (por ejemplo, Lozano-Ascencio et al., 2020), pero algunos abordan el ámbito latinoamericano (Chávez Sánchez, 2020; González-Samé et al., 2017; Lotero-Echeverri et al., 2019) y otros se concentran en el análisis de lo investigado en un país (Turpo-Gebera & Gonzales-Miñán, 2019; Zarowsky & Von Lurzer, 2018). Hay estudios sobre la producción académica en posgrados (Fuentes Navarro, 2010; Gutiérrez Morales et al., 2020; Valencia, 2017), los cuales evalúan el impacto o la cobertura de temas de género (Caffarel-Serra et al., 2018; Goyanes et al., 2018), comunidad LGBTIQ (Sánchez-Soriano & García-Jiménez, 2020), el tipo de medio estudiado (Díaz Campo, 2014; Piñeiro-Otero, 2016), los métodos utilizados (Piñeiro-Naval, 2020) y la producción de los grupos de investigación en este proceso (Gómez-Escalonilla & Caffarel-Serra, 2022; Rocha, 2020).

## Principales tendencias encontradas en la bibliometría iberoamericana

### *Aspectos generales*

Es importante señalar que los estudios bibliométricos desarrollados en el ámbito hispano y latinoamericano no tienen un sistema de codificación homogéneo que permita la comparación de los temas que se tratan (Gutiérrez Morales et al., 2020; Lotero-Echeverri et al., 2019). Las categorías varían por país e investigador. Esto puede responder a la fase de desarrollo en que se encuentran los estudios bibliométricos sobre la producción en investigación de la comunicación en el ámbito iberoamericano, en particular el latinoamericano, pero también se pueden señalar otros motivos. Por un lado, las agendas de investigación han ido cambiando con relación a los procesos históricos y sociales de cada ámbito (González-Samé et al., 2017). La investigación no ha estado tanto enfocada o solo orientada a responder preguntas teóricas, sino que ha sido sensible al debate social

---

2 Cuando se menciona Iberoamérica, se hace referencia a los países de América Latina más España y Portugal.

y político de cada realidad. El análisis que hacen Zarowsky y Von Lurzer (2018) sobre los temas de investigación en comunicación en Argentina, o el de González-Samé (2017) sobre América Latina son un ejemplo de ello. Además, el impacto de las nuevas tecnologías en el sistema de medios y en la cultura en general ha llevado al surgimiento de nuevas líneas de investigación que se suman a las ya existentes (Rocha, 2020; Zarowsky & Von Lurzer, 2018). Otro motivo es que los temas y el tipo de abordaje han estado influenciados por los cambios en la política pública con relación a la investigación, y han afectado tanto el devenir de las universidades como el de los investigadores que forman parte de estas instituciones. Se considera que la publicación a través de revistas y el tipo de formato que se ha instalado desde el 2000 no promueve el desarrollo de trabajos más teóricos y de mirada holística (Arroyave-Cabrera et al., 2020; Lozano-Ascencio et al., 2020). Se menciona que prima la búsqueda de cumplir con normativas, sin tomar en cuenta temas de fondo o agendas de investigación más trascendentes (Gómez-Escalonilla & Caffarel-Serra, 2022).

A pesar de las limitaciones señaladas, consideramos que la revisión de los temas abordados en la investigación en comunicación en Iberoamérica nos será de utilidad al momento de plantear la forma en que se realizará el análisis de la producción en investigación en la Universidad de Lima.

#### *Temas estudiados*

En los artículos producidos en el ámbito latinoamericano, destaca el estudio de medios, comunicación y educación (educomunicación), alfabetización digital y salud (Loteró-Echeverri et al., 2019). Cuando se analizan los temas que cubren las revistas del ámbito iberoamericano, las revistas con mayor impacto tratan principalmente temas de comunicación política, comunicación y medios digitales, así como comunicación, arte y cultura (Chávez Sánchez, 2020).

Si se compara los resultados mostrados para Iberoamérica con los globales durante el periodo 2016-2017 (Castillo-Esparcia & Castellero-Ostio, 2019), vemos que el tema de salud se repite (fue el más frecuente en el análisis global) y llama la atención que la investigación en publicidad y campañas de comunicación, que ocupó un segundo lugar en el análisis global, no aparezca en los estudios españoles o latinoamericanos. Esto probablemente responda a la tradición de la investigación en América Latina, donde el foco ha estado más orientado a entender la relación entre cultura, política y comunicación, así como en la presencia de diversas corrientes teóricas de origen europeo de corte más crítico y orientadas al análisis de la relación entre comunicación, cultura y política (Chávez Sánchez, 2020; Lotero-Echeverri et al., 2019).

Al contrastar las especialidades que ofrecen las Carreras de Comunicación y los temas de investigación abordados por los docentes investigadores, algunos señalan

que hay un desfase entre las líneas de formación y de investigación. Especialidades que se ofrecen en Comunicación, tales como Periodismo, Publicidad o Comunicación Corporativa, tienen poco correlato con los temas que se investigan (Gutiérrez Morales et al., 2020; Rocha, 2020).

En años recientes, se ha producido un crecimiento importante del estudio sobre los medios y el entorno digital (Loterio-Echeverri et al., 2019; Rocha, 2020; Zarowsky & Von Lurzer, 2018). En ese sentido, se considera que lo digital se aborda no tanto como herramienta de comunicación, sino para entender cómo influye en la cultura en general y en particular en la cultura popular o, como señalan otros autores, para entender “los sentidos construidos sobre lo tecnológico” (Rocha, 2020, p. 11).

#### *Métodos y técnicas utilizados*

Con relación a los métodos y técnicas empleados, se señala que, si se consideran como métodos posibles el conversacional, el observacional, el basado en documentos y el experimental, es el basado en documentos el que se usa con mayor frecuencia (Gutiérrez Morales et al., 2020). Esto implica que la mayoría de los estudios llevan a cabo el análisis de diarios, películas, programas radiales o de televisión, entre otros. Las técnicas más utilizadas son las cualitativas y se destaca en particular el uso del análisis de contenido (Loterio-Echeverri et al., 2019; Martínez-Nicolás, 2020). Esto contrasta con lo encontrado en el análisis de las publicaciones en revistas indexadas de comunicación del ámbito internacional, donde las técnicas cuantitativas, la encuesta y el experimento, en particular, son las más utilizadas (Castillo-Esparcia & Castellero-Ostio, 2019). En general, se plantea que, si bien los aspectos metodológicos de los estudios han ido mejorando en los años recientes (González-Samé et al., 2017; Martínez-Nicolás, 2020), se observa todavía, en especial en las tesis doctorales (Gutiérrez Morales et al., 2020), una debilidad metodológica en los planteamientos.

#### *Características de la autoría*

Se observa que hay un lento crecimiento de la participación femenina (Lozano-Ascencio et al., 2020; Martínez-Nicolás, 2020). En las tesis doctorales, la proporción entre mujeres y hombres es equitativa, pero esta se torna favorable a los varones cuando se compara con la presencia de mujeres en artículos o como líderes de grupos de investigación. Otro análisis que se hace en la autoría es la internacionalización, que se evalúa en función de la presencia de artículos en revistas de otros países (Saperas, 2016). Los trabajos de investigación de académicos españoles han logrado mayores avances en este sentido (Martínez-Nicolás, 2020), mientras que en el ámbito latinoamericano se siguen haciendo esfuerzos, a la vez que se desarrollan alternativas de indexación regional como son Latindex, SciELO y Redalyc (González-Pardo et al., 2020).

### *Los grupos de investigación*

Los grupos de investigación son considerados como una parte importante del proceso de institucionalización de la investigación en comunicación, y su trabajo ha sido objeto de análisis en algunos países (Gómez-Escalonilla & Caffarel-Serra, 2022; Rocha, 2020). Los resultados son disímiles. En el caso español, se considera que, si bien hay grupos enfocados en una agenda de investigación relativamente definida, prima la dispersión temática (más de un tema en un mismo grupo) y un comportamiento coyuntural, pues muchas veces los grupos solo se forman para un concurso o proyecto en particular y luego no mantienen su actividad. Se puede afirmar que, más que grupos, hay “profesores agrupados”, ya que lo que prima son proyectos individuales que se desarrollan dentro de un grupo (Gómez-Escalonilla & Caffarel-Serra, 2022). En el caso colombiano, si bien se percibe un desfase entre la formación de pregrado y las líneas de investigación desarrolladas por los grupos, se encuentra que la agenda de los grupos de investigación busca responder a los retos históricos y sociales que el país presenta. Existe una tradición de vincular la investigación de los medios con los procesos culturales, la construcción de ciudadanía y el cambio social (Rocha, 2020).

### **Los estudios bibliométricos sobre investigación en comunicación en el Perú**

Los trabajos que evalúan la producción de estudios en comunicación en el Perú son muy escasos. Está, por ejemplo, el de Peirano y Kudo (1982), que es el único que hace un balance de la producción en investigación en comunicación en el país. Este libro se escribió luego de un periodo de crecimiento de empresas de medios masivos, intervención estatal (el gobierno militar de Velasco entre los años 1968 y 1975) y la aparición de centros de formación especializados en el país, entre ellos la Universidad de Lima (p. 9).

En el estudio se distinguen dos etapas: una que va desde principios del siglo xx hasta los setenta, más aislada y poco institucionalizada en su trabajo; y otra que parte de ese momento hasta los ochenta y que incluye diversos tipos de instituciones, tales como universidades, organismos no gubernamentales, grupos de estudios y entidades estatales. Una incipiente institucionalización que adolecía de especialización y recursos.

La primera etapa estuvo caracterizada por un enfoque historicista y centrado en el periodismo. La segunda, de mayor productividad, estuvo vinculada al cambio normativo que exigía la presentación de una tesis para optar por el grado profesional. El 61 % de los trabajos analizados fueron tesis elaboradas desde el ámbito académico de Escuelas de Periodismo y Facultades de Ciencias de la Información o Comunicación. Los libros y folletos dieron cuenta de un 18 % de las publicaciones y los artículos solo representaron el 12 % del total. Una segunda fuente de estudios estuvo vinculada a instituciones relacionadas con la teleeducación (Peirano & Kudo, 1982, p. 12). La Universidad de San Martín de Porres, la Universidad de Lima y la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica lideraron este



trabajo. En esta etapa, hubo un predominio de estudios desarrollados desde un enfoque sociológico, que incluía encuestas, y el uso de la técnica de análisis de contenido.

Los temas que se abordaron estuvieron relacionados con el momento social y político, marcado por las medidas tomadas durante el gobierno de Velasco. La historia del periodismo abarcó el mayor número de trabajos y corresponde a la primera etapa señalada. Un segundo tema de interés fue la evaluación de políticas de comunicación; y el tercero, la propiedad y situación legal de los medios. Estos dos últimos estuvieron vinculados al intento del gobierno militar de Velasco de hacer una reforma en los medios de comunicación. Por último, los otros dos temas de interés corresponden a algunos de los enfoques que predominaron en la investigación en comunicación en América Latina en los ochenta. Uno de ellos es el análisis del contenido de la información (el uso o no de la ideología, las técnicas, la ética), en los que fueron influyentes los trabajos desarrollados desde el estructuralismo marxista de Mattelart en Chile y desde la semiología por Verón en Argentina. El otro fueron los trabajos sobre comunicación popular alternativa que, luego de la caída de Velasco, concitaron un particular interés. En la Universidad de Lima los estudios estuvieron centrados en el análisis del contenido y la ideología en la información, la historia de los medios y la función social del periodismo (Peirano & Kudo, 1982, p. 20).

Además del mencionado trabajo de Peirano y Kudo (1982), hay un estudio reciente que aborda el análisis de las tesis universitarias sobre comunicación y desarrollo (Turpo-Gebera & Gonzales-Miñán, 2019). Este último encuentra que este tipo de tesis es escaso, concentrado en universidades ubicadas en tres ciudades (Lima, Trujillo y Puno) y más enfocado en el rol de la comunicación en los procesos de cambio social y personal, las estrategias de comunicación vinculadas a proyectos locales, el estudio de medios tradicionales como la radio y el tratamiento informativo de conflictos sociales asociados a la minería.

De acuerdo con lo planteado, vemos que la información sobre la producción en investigación de la comunicación en el Perú es escasa, antigua o muy sectorial. Debido a ello, vamos a realizar un análisis bibliométrico de la investigación en comunicación que se ha desarrollado en la Universidad de Lima entre los años 1986 y 2021. Este trabajo se plantea como una primera aproximación al análisis de la investigación en comunicación en el país. Para ello, abordaremos y examinaremos tanto los trabajos para optar un grado o título vinculado a la comunicación (bachillerato, licenciatura o maestría) como las investigaciones publicadas por los docentes de la facultad.

Las preguntas de investigación que nos planteamos son las siguientes: ¿cuáles son los tipos de documentos que se vienen usando para publicar las investigaciones?, ¿cuáles son las características de la autoría?, ¿sobre qué temas se viene investigando?, ¿cuál es el rol que los grupos de investigación vienen cumpliendo?, y ¿qué relación hay entre la investigación para obtener el título de licenciado y la que desarrollan los profesores?

## METODOLOGÍA

Se desarrolló un estudio de caso, descriptivo, a través de un análisis bibliométrico de las publicaciones elaboradas por la comunidad de alumnos y profesores de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima. En ambos casos, trabajos de alumnos y profesores, se ha considerado el total de publicaciones registradas en el repositorio digital de la biblioteca de la universidad. En el caso de los estudiantes, inicialmente se tomó en cuenta el total de los trabajos para optar el grado de bachillerato, licenciatura y maestría (tesis, trabajos de investigación y de suficiencia profesional) desde el 2016 al 2021, que está registrados en el repositorio digital de la biblioteca de la Universidad de Lima. Los trabajos de investigación, para todos los grados, tienen un formato de artículo científico que sigue la estructura de introducción, metodología, resultados y discusión (en adelante, IMRyD). En el caso de los trabajos de los profesores, se tomó el total de artículos académicos (no indexados), artículos científicos (indexados en Scopus o Web of Science), capítulos de libro, ponencias o artículos vinculados a conferencias que están indexados, que van de 1986 al 2022 (algunos ya están en la publicación digital de ese año) y que están registrados en el repositorio digital de la biblioteca de la Universidad de Lima. La información relacionada con los profesores se complementó con los datos alojados en el sistema de información del Instituto de Investigación Científica de la universidad (*current research information system* [CRIS]). Esto da un total de 914 trabajos: 321 corresponden a publicaciones de docentes y 593, a productos de investigación de alumnos (para optar el bachillerato, la licenciatura o la maestría). Luego de la revisión de la data y la limpieza de esta, en el caso de los alumnos, se decidió trabajar solo con los trabajos de licenciatura. Los de bachillerato son escasos (12) y responden más a cambios coyunturales que se han dado en la Ley Universitaria. Tampoco se tomaron en cuenta los trabajos de maestría que, si bien son proyectos de investigación que se desarrollan en formato de artículo científico siguiendo la estructura IMRyD, son de muy reciente data (del 2019 a la fecha) y son solo 14, dado que la maestría recién tiene egresados desde el 2018. Con mayor tiempo se podrá tener mayor producción para hacer un mejor análisis. Por lo tanto, el universo de trabajos de docentes se mantuvo igual (321) y el de alumnos (trabajos de licenciatura) se acotó a 567.

Para esta investigación se diseñó una base de datos en Excel, donde se colocó la información existente de las publicaciones de la biblioteca de la Universidad de Lima: autor, año, título, categorías y subcategorías temáticas, nombre de la revista (en el caso de los artículos) y palabras clave. Esta información se complementó con una serie de categorías creadas para el presente trabajo y que se podían obtener del análisis de la información disponible: si el autor es docente o alumno, tipo de documento (artículo académico, artículo científico, libro, capítulo de libro, etcétera), grado académico del autor, sexo, número de autores, tema de comunicación, investigación relacionada o no con el entorno digital, si toca temas de género o no, si se abordó el tema del COVID-19, pertenencia o no a un grupo de investigación (en el caso de los profesores), si la publicación estaba indexada o no (profesores), y, de ser el caso, dónde y en qué cuartil. En la

tabla 1, se muestra el libro de códigos utilizado. En el anexo figura el libro de códigos completo con su respectiva explicación.

Para definir los códigos de la categoría “Tema de comunicación”, se tomaron en cuenta los temas considerados en la literatura revisada, las especialidades existentes en la facultad y la revisión directa de los trabajos publicados. Si bien la semiótica no es un tema, sino un enfoque teórico y metodológico (Selg & Ventsel, 2020), la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima tiene una línea de trabajo desarrollada en ese aspecto (Blanco, 1986; Quezada Macchiavello, 1988), así como un grupo de investigación que trabaja desde este enfoque, por lo que nos pareció relevante incluir esta consideración en el análisis. Debido a ello, se incluyó un código para identificar los trabajos (de licenciatura o de docentes) que adoptan un enfoque semiótico.

**Tabla 1**  
*Libro de códigos*

Categoría	Códigos
Autor	Nombre del autor o autores
Año	El año de publicación
Tipo de documento	1 = Artículo científico (indexado en Scopus o Web of Science) 2 = Libro 3 = Capítulo de libro 4 = Tesis 5 = Trabajo de investigación 6 = Trabajo profesional 7 = Artículo académico (no indexado o indexado en índices diferentes de Scopus y Web of Science) 8 = Ponencia o artículo (contribución a conferencia) indexado
Grado académico (alumno) o docente	1 = Licenciatura 2 = Bachillerato 3 = Maestría 4 = Docente
Sexo del autor o de los autores	1 = Mujer 2 = Hombre
Número de autores	1 = 1 2 = 2 3 = 3 4 = 4 5 = 5 6 = 6 7 = 7 9 = 9

*(continúa)*

(continuación)

Tema de comunicación	<p>1 = Publicidad y <i>marketing</i></p> <p>2 = Comunicación y salud</p> <p>3 = Comunicación y cultura</p> <p>4 = Audiovisual (cine, radio, televisión, etcétera)</p> <p>5 = Semiótica</p> <p>6 = Artes visuales (fotografía y diseño)</p> <p>7 = Educación y comunicación (incluye reflexiones sobre formación de comunicadores)</p> <p>8 = Comunicación corporativa (incluye responsabilidad social empresarial)</p> <p>9 = Comunicación y desarrollo general</p> <p>10 = Comunicación y política</p> <p>11 = Periodismo</p>
Vinculación con el entorno digital	<p>1 = No relacionado con entorno digital.</p> <p>2 = Relacionado con entorno digital: se puede considerar cuando se habla en el título, resumen o contenido de la publicación sobre temas digitales, <i>online</i>, redes, blogs, web, memes, cultura digital, SMS, internet, transmedia, multiplataforma, YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, Twitter u otros medios sociales.</p>
Tema de género	<p>1 = Sí</p> <p>2 = No</p>
Tema COVID-19	<p>1 = Sí</p> <p>2 = No</p>
Pertenencia a grupo de investigación	<p>1 = Sí, según informe del IDIC, y año de creación del grupo</p> <p>2 = No</p>
Grupo de investigación al que pertenece	<p>1 = Comunicación, Educación y Cultura (CEC), antes Comunicación y Educación</p> <p>2 = Grupo de Investigación en Comunicación y Salud (GICS), antes Comunicación y Salud</p> <p>3 = Grupo de Investigación Semiótica</p> <p>4 = Grupo de Investigación en Comunicación y Cultura Política (CUPOL)</p> <p>5 = No pertenece en fecha en que ya había grupos (2018)</p> <p>6 = No aplica (alumno o no había grupo en la fecha)</p>
Nombre de revista o conferencia	Nombre de la revista
Publicación indexada o no	<p>1= Sí, en Scopus o Web of Science u otro sistema</p> <p>2 = No</p>
Dónde ha sido indexada la publicación	<p>1 = Scopus</p> <p>2 = Web of Science (WoS)</p> <p>3 = Otros</p> <p>4 = No indexado</p> <p>5 = No aplica</p>
Cuartil de la indexación	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5 = No aplica (es alumno o no indexado)</p> <p>No Scopus / No WoS</p>

Luego de revisar la base de datos y dejar solamente los trabajos sobre los que había información pertinente, se procedió a realizar la codificación, que fue llevada a cabo por dos codificadores. El libro de códigos utilizado fue la versión 2. La prueba de fiabilidad intercodificadora se realizó calculando el coeficiente kappa (Cohen, 1960). El análisis se desarrolló para todo el universo de estudio. El coeficiente se calculó para las variables de "Tema de comunicación", "Vinculado a entorno digital", "Tema de género" y "Tema COVID-19", que es donde podrían existir diferencias de criterio (Riffe et al., 2019). Los resultados se muestran en la tabla 2.

**Tabla 2**

*Fiabilidad intercodificadora según variable codificada*

Variable	Coeficiente kappa
Tema de comunicación	0,810
Vinculado a entorno digital	0,916
Tema de género	0,944
Tema COVID-19	1

Luego de la codificación, se procedió a realizar un análisis de frecuencias. Los diversos resultados descriptivos bivariados se presentaron en tablas.

## RESULTADOS

Vamos a mostrar, primero, los resultados de los trabajos de investigación vinculados a la licenciatura para luego examinar los de los docentes. En este último caso, ahí donde sea pertinente, compararemos los resultados con los trabajos de licenciatura a fin de establecer la relación entre la formación y la investigación de los docentes.

### Investigación vinculada a la licenciatura

#### *Aspectos generales*

Un primer hallazgo es que, del total de trabajos presentados para optar el grado de licenciado, el 75 % son de suficiencia profesional (véase la tabla 3). Si bien estos son una opción que contempla la Ley Universitaria e implican en parte realizar algún tipo de investigación, el objetivo principal es desarrollar un producto o una intervención comunicativa. Por ello, en adelante, los resultados se presentarán sobre el conjunto de las tesis y trabajos de investigación, que se han comenzado a incrementar desde el 2020, y que constituyen el 25 % de los documentos analizados para obtener el título de licenciado en el periodo 2016-2021.

**Tabla 3***Tipo de trabajo para optar el grado de licenciado por año (en porcentaje)*

Tipo de trabajo	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Trabajo de suficiencia profesional	9	52	58	94	86	82	75
Trabajo de investigación y tesis*	91	48	42	6	14	18	25
Total	100	100	100	100	100	100	100

*Nota.* Base: total de trabajos para optar el grado de licenciado (567).

\* Desde el 2018, con el nuevo *Reglamento general de grados y títulos* de la Universidad de Lima, el título de licenciado solo se obtiene por tesis (incluye el formato de artículo científico) o trabajo profesional. Hasta el 2018 se podía presentar un trabajo de investigación.

### *Temas abordados*

Los temas de publicidad y *marketing*, así como los audiovisuales, son los dos más abordados en los trabajos de investigación de licenciatura (22 % y 21 %, respectivamente, véase la tabla 4). El tercer lugar lo ocupan los temas vinculados a la comunicación corporativa. Si bien no se puede ver un patrón particular a lo largo del tiempo, sí se puede destacar un incremento, desde el 2019, de las tesis y trabajos de investigación vinculados a temas de comunicación corporativa y, en los dos últimos años, de semiótica (véase la tabla 4).

**Tabla 4***Trabajos de investigación y tesis de licenciatura por año y tema para optar el grado de licenciado (en porcentaje)*

Tema	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Publicidad y <i>marketing</i>	28	14	30	13	16	28	22
Audiovisual	17	24	13	13	36	17	21
Comunicación corporativa	14	10	7	25	24	22	15
Comunicación y cultura	7	10	3	25	12	0	8
Comunicación y desarrollo	7	7	17	0	4	0	7
Comunicación y salud	0	3	13	25	0	11	6
Periodismo	7	7	10	0	4	6	6
Educación y comunicación	7	17	3	0	0	0	6
Comunicación política	10	3	3	0	0	0	4
Semiótica	3	0	0	0	4	17	4
Artes visuales	0	3	0	0	0	0	1
Total general	100	100	100	100	100	100	100

*Nota.* Base: total de trabajos de investigación y tesis para optar el grado de licenciado (139).

Considerando los cambios que se vienen dando en el mundo de la comunicación por el nuevo entorno digital (Langer & Gruber, 2021; Poell, 2020), evaluamos si los trabajos de investigación y las tesis estaban de algún modo vinculados a temas relacionados con lo digital (redes, web, internet, blogs, etcétera). Lo que se observa es que un 33 % de los trabajos están vinculados de una u otra manera al entorno digital, sin variaciones significativas en el tiempo.

Los trabajos sobre comunicación y cultura, educación y comunicación, así como periodismo, abordan con mayor frecuencia el entorno digital. Representan el 50 % o más de los estudios que tratan estos temas (véase la tabla 5).

**Tabla 5**

*Temas de investigación y su relación con el entorno digital (en porcentaje)*

Tema	No vinculado a entorno digital (%)	Vinculado a entorno digital (%)	Total (%)
Comunicación y cultura	36	64	100
Educación y comunicación	38	63	100
Periodismo	44	56	100
Publicidad y <i>marketing</i>	65	35	100
Comunicación y salud	67	33	100
Audiovisual	69	31	100
Comunicación y desarrollo	80	20	100
Comunicación política	80	20	100
Comunicación corporativa	86	14	100
Semiótica	100	0	100
Artes visuales	100	0	100
Total general	67	33	100

*Nota.* Base: total de trabajos de investigación y tesis para optar el grado de licenciado (139).

En los estudios bibliométricos sobre la investigación en comunicación, la preocupación por el abordaje de temas de género está presente en diversas formas (Lozano-Ascencio et al., 2020). En las tesis y trabajos de investigación analizados para obtener la licenciatura, un 13 % trata la discusión sobre asuntos de género (el rol de la mujer, del hombre, la masculinidad, temas LGBTIQ, homosexualidad, comunidad trans, etcétera). Cabe anotar que desde el 2019 se ve un significativo incremento en el tratamiento de estos temas, que han llegado a representar el 27 % de las tesis y trabajos (véase la tabla 6). Si bien el número de mujeres que han presentado trabajos de investigación y tesis es mayor que el de varones (65 % y 35 %, respectivamente), el tratamiento del género es independiente del sexo del autor, pues la proporción en este tema es la misma en ambos sexos.

**Tabla 6**

*Abordaje de temas de género en las investigaciones según periodo*

Periodo	No aborda temas de género (%)	Aborda temas de género (%)	Total (%)
2016-2018	95	5	100
2019-2021	73	27	100
Total	87	13	100

*Nota.* Base: total de trabajos de investigación y tesis para optar el grado de licenciado (139).

Finalmente, de los trabajos de investigación y tesis presentados en los años 2020 y 2021, periodo en el que estuvo presente el COVID-19, encontramos que un 9 % de los trabajos de investigación y tesis presentadas en estos años abordaron la pandemia.

### **Investigación vinculada a los docentes**

#### *Evolución general de las publicaciones*

La publicación de los docentes se ha visto sujeta a cambios significativos en el tiempo. Considerando el periodo analizado (1986-2022), el 45 % de los trabajos son artículos que llamamos artículos académicos, esto es, no indexados en Scopus o Web of Science (WoS) y que en su mayoría son de tipo ensayístico y teórico. En general, hasta el 2016 primaron los artículos no indexados y los libros. La presencia de estos ha disminuido con el tiempo (véase la tabla 7). En el periodo 2017-2022, se aprecia el incremento de los artículos científicos (indexados en Scopus o WoS), así como de los capítulos de libros que han pasado por el mismo proceso de indexación (véase la tabla 7). En este periodo (considerando los artículos del 2022 que ya aparecieron en la versión digital de la revista), es el artículo científico lo que más se publica (38 %).

**Tabla 7**

*Tipo de documento de docentes según periodo de publicación (en porcentaje)*

Tipo de publicación	1986-2010	2011-2016	2017-2022	Total
Artículo académico	57	64	23	45
Artículo científico	14	5	38	20
Libro	18	21	18	19
Capítulo de libro	7	1	15	8
Ponencia	4	10	6	7
Total	100	100	100	100

*Nota.* Base: total de publicaciones de docentes (321).



En general, se ha pasado de un 25 % de publicaciones indexadas en el periodo 1986-2010 a un 49 % en el periodo 2017-2022 (véase la tabla 8). El 82 % de las publicaciones están indexadas en Scopus, el 3 % en WoS y el 15 % restante en otros sistemas.

**Tabla 8**

*Publicaciones indexadas y no indexadas según periodo de publicación*

Periodo	No indexadas (%)	Indexadas (%)	Total (%)
1986-2010	75	25	100
2011-2016	86	14	100
2017-2022	51	49	100

*Nota.* Base: total de publicaciones de docentes (321).

### *Temas investigados*

En términos del total de publicaciones (véase la tabla 9), los artículos vinculados a temas audiovisuales son los que tienen mayor presencia, pero con un descenso importante en el último periodo evaluado (de 48 % del total de publicaciones entre los años 2011 y 2016 a 20 % entre el 2017 y el 2022). Los otros tres temas con mayor cobertura son los de comunicación y cultura, educación y comunicación, y semiótica (los tres más frecuentes en el periodo 2017-2022).

Si se compara con los temas que abordan los alumnos para optar el título de licenciado, vemos que los asuntos del mundo audiovisual también están entre los primeros temas de interés de las licenciaturas. Donde hay mayores diferencias es en la proporción de publicaciones sobre publicidad y *marketing*, y comunicación corporativa entre los docentes (2 % en cada caso), versus la proporción de estos en los trabajos de licenciatura (22 % y 15 %, respectivamente). El tema de publicidad y *marketing* es más abordado en las licenciaturas (véase la tabla 4), mientras que en el caso de los docentes se encuentra entre los de menor cobertura (véase la tabla 9).

**Tabla 9**

*Total de publicaciones de docentes según temas y periodos (en porcentaje)*

Temas	1986-2010	2011-2016	2017-2022	Total
Audiovisual	11	48	20	33
Comunicación y cultura	29	17	15	17
Educación y comunicación	14	11	20	15
Semiótica	7	8	18	12
Comunicación política	29	2	9	7

(continúa)

*(continuación)*

Periodismo	7	7	5	6
Comunicación y salud	0	1	6	3
Publicidad y <i>marketing</i>	4	1	2	2
Artes visuales	0	3	2	2
Comunicación corporativa	0	2	1	2
Comunicación y desarrollo	0	1	1	1
Total	100	100	100	100

*Nota.* Base: total de publicaciones de docentes (321).

Si se toma en cuenta solo el conjunto de las publicaciones indexadas en Scopus o WoS, el orden de los temas cambia considerablemente. Son la educación y comunicación, semiótica, y comunicación y salud los temas más desarrollados en las publicaciones indexadas, seguidos por los temas audiovisuales. De nuevo, la publicación sobre asuntos de publicidad y *marketing* es muy baja y la que aborda la comunicación corporativa no figura (véase la tabla 10).

**Tabla 10**

*Total de publicaciones indexadas en Scopus o WoS según temas y periodos (en porcentaje)*

Temas	1986-2010	2011-2016	2017-2022	Total
Educación y comunicación	0	33	19	20
Semiótica	0	0	18	15
Comunicación y salud	0	17	16	15
Audiovisual	0	0	16	14
Comunicación política	100	0	11	12
Comunicación y cultura	0	0	7	6
Artes visuales	0	33	4	6
Periodismo	0	0	5	5
Comunicación y desarrollo	0	17	4	5
Publicidad y <i>marketing</i>	0	0	2	2
Total	100	100	100	100

*Nota.* Base: publicaciones indexadas en Scopus o WoS (65).

El 22 % de las publicaciones abordan la presencia de lo digital, en particular las que tratan sobre temas relacionados con las artes visuales (57 % de las publicaciones que desarrollan estos temas), y la educación y comunicación (53 % del total de publicaciones sobre estos temas). Si se considera solo las publicaciones indexadas en Scopus o WoS, el tema digital está presente en el 27 % (algo por debajo del 33 % visto en los trabajos

de licenciatura), pero es la mitad o más en las publicaciones indexadas que abordan los temas de artes visuales, audiovisuales, educación y comunicación, y periodismo.

Los temas de género solo están presentes en un 4 % del total de publicaciones y en un 3 % del total de las publicaciones indexadas en Scopus y WoS. En este caso, los trabajos de los estudiantes abordan en mayor proporción esta temática (13 % de los trabajos de licenciatura, véase la tabla 6). Por temas, los trabajos sobre comunicación y salud, así como los de semiótica, difundidos en publicaciones indexadas tratan en mayor proporción aspectos de género (10 % en ambos casos).

Respecto al tema del COVID-19, está presente en un 6 % de las publicaciones indexadas en Scopus y WoS durante los años 2020 al 2022. Un porcentaje semejante al de los trabajos para optar el grado de licenciatura (9 %).

#### *Revistas donde se publica*

Considerando el total del periodo y tanto revistas indexadas como no indexadas, el 53 % son artículos publicados en revistas de la Universidad de Lima. Sin embargo, esto ha cambiado en los últimos años. Si solo se considera el periodo 2017-2022, un 78 % de los artículos están publicados en revistas que no son de la Universidad de Lima, lo cual constituye un cambio importante.

Si se analizan solo los trabajos (artículos, libros, capítulos de libro, ponencias) en publicaciones indexadas versus las no indexadas en Scopus o WoS, se observa el incremento de estas últimas en el periodo 2017-2022 (véase la tabla 11).

**Tabla 11**

*Trabajos en publicaciones indexadas y no indexadas en Scopus o WoS por periodo*

Publicaciones	1986-2010	2011-2016	2017-2022	Total
Indexadas en Scopus o WoS	5	4	58	24
No indexadas en Scopus o WoS	95	96	42	76
Total	100	100	100	100

*Nota.* Base: total de trabajos publicados por docentes en medios indexados y no indexados en Scopus y WoS (220).

Tomando en cuenta el universo de estudio, las revistas donde más se han publicado artículos (véase la tabla 12) son de la Universidad de Lima, tales como *Ventana Indiscreta* (temas de cine) y *Contratexto* (la revista de la facultad para trabajos de investigación). Si se consideran solo publicaciones en revistas indexadas en Scopus o WoS, la mayor proporción de artículos (31 %) figura en *Artnodes*, *Comunicación y Sociedad*, *Contratexto* (indexada desde el 2020, número 34), *Comunicar* y *Revista de Comunicación*. El 32 % de las

publicaciones indexadas en Scopus o WoS está en el cuartil 1, el 26 % en el cuartil 2 y el 32 % en el cuartil 3.

**Tabla 12**

*Revistas indexadas y no indexadas donde más se han publicado artículos (en porcentaje)*

Revista	1986-2010	2011-2016	2017-2022	Total
<i>Ventana Indiscreta*</i>	0	44	7	24
<i>Contratexto*</i>	70	16	7	17
<i>Lienzo*</i>	0	7	5	5
<i>Un Vicio Absurdo*</i>	0	9	0	4
<i>Tópicos del Seminario</i>	15	2	3	4
<i>Comunicación y Sociedad</i>	0	0	5	2
<i>Artnodes</i>	0	2	2	2
<i>Actes Sémiotiques</i>	0	2	1	1
<i>Chasqui</i>	0	0	3	1
<i>Diálogos de la Comunicación</i>	5	2	0	1
Otros	10	17	67	37
Total	100	100	100	100

*Nota.* Base: total de artículos en revistas indexadas y no indexadas publicados por docentes (210).

\* Revistas de la Universidad de Lima. Solo *Contratexto* está indexada en Scopus desde el 2020.

### *Características de la autoría*

A la inversa de lo visto en los trabajos de licenciatura, la mayor proporción de publicaciones (indexadas y no indexadas) tiene como autor exclusivo o mayoritario a un varón. En el total de las publicaciones, la presencia de la mujer como autora en términos de exclusividad, paridad o mayoría es de un 25 % (versus el 65 % de mujeres en los trabajos de licenciatura). En las publicaciones indexadas en Scopus o WoS, esta proporción es del 32 %.

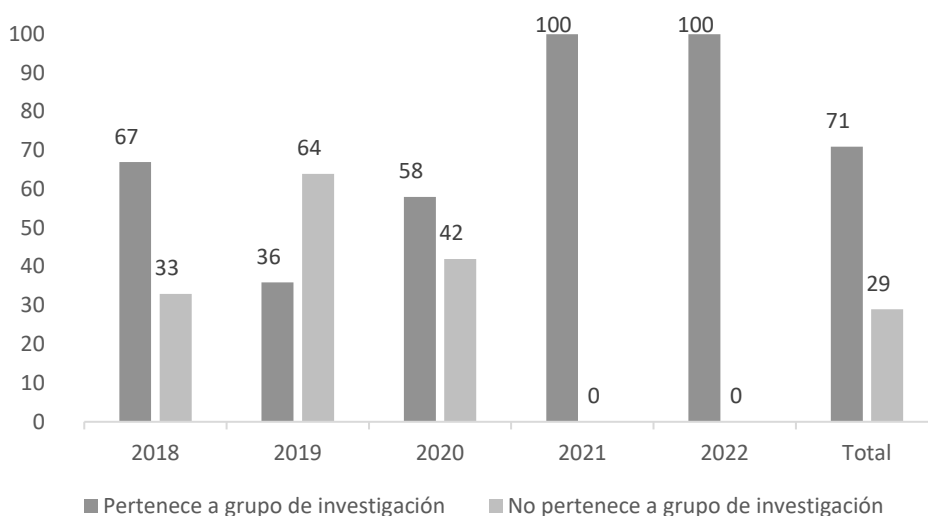
El número de autores que participan en una publicación (la investigación colaborativa) es señalado como un indicador de institucionalización de la investigación en comunicación (Martínez-Nicolás, 2020). En el total de publicaciones, se ha pasado de un 14 % de dos o más autores en el periodo 1986-2010 a un 40 % en el periodo 2017-2022. Si se toman solo las publicaciones indexadas en Scopus o WoS, la proporción siempre ha sido mayor, pero también se ha incrementado. En el periodo 1986-2010, el 50 % correspondía a publicaciones de dos o más autores y del 2017 al 2022 es el 61 %.

### Los grupos de investigación y la publicación

La proporción de publicaciones de investigadores que forman parte de un grupo de investigación en la facultad ha aumentado con el paso del tiempo (véase la figura 1). En el 2018, se creó en la facultad la posibilidad de conformar grupos de este tipo y, a la fecha, hay cuatro de ellos funcionando<sup>3</sup>. El 71 % de las publicaciones corresponden a un miembro de un grupo de investigación (véase la figura 1). Ya en el 2021, todas las publicaciones de este tipo son de un miembro de un grupo de investigación.

Figura 1

Publicaciones indexadas y pertenencia a un grupo o no de investigación del 2018 al 2022



Nota. Base: total de publicaciones indexadas desde el 2018 (55).

Considerando el conjunto de publicaciones indexadas en Scopus y WoS (artículos, libros, capítulos de libros y conferencias), el grupo de Comunicación, Educación y Cultura tiene el 41 % de las publicaciones hechas del 2018 al 2022, seguido por el Grupo de Investigación Semiótica (28 %), el Grupo de Investigación en Comunicación y Salud (18 %) y el recientemente creado Grupo de Investigación en Comunicación y Cultura Política (13 %).

3 En el 2018, se crearon los grupos de Comunicación, Educación y Cultura (CEC) y de Comunicación y Salud (GICS). En el 2019, el de Investigación Semiótica y, en el 2021, el de Comunicación y Cultura Política. Ser miembro permite participar en concursos de investigación convocados por la Universidad de Lima, así como en concursos externos, nacionales o internacionales.

## DISCUSIÓN

Los resultados muestran lo que ya se ha encontrado en otros estudios con relación a la dinámica entre políticas institucionales y desarrollo de la investigación académica (Lozano-Ascencio et al., 2020; Martínez-Nicolás, 2020): que el crecimiento e institucionalización de la investigación va de la mano con la implementación de políticas institucionales en la academia. La discusión sobre sus beneficios y dificultades está vigente (Marí & Martins, 2021).

En este caso, la investigación en comunicación en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima está en un proceso de cambio. En el periodo 2017-2022 se ha incrementado la institucionalización de la investigación: los artículos y capítulos de libro han ganado protagonismo, las publicaciones indexadas son más frecuentes entre quienes forman parte de un grupo de investigación, ha aumentado la investigación colaborativa, se ha incrementado la proporción de tesis para optar el título de licenciado y la revista de la facultad, *Contratexto*, ha comenzado a ser indexada en Scopus. Entre los alumnos, si bien todavía es minoritario, se ha visto un leve incremento de las tesis (que incluye la opción de artículo científico) como forma de acceder al título de licenciatura. Consideramos que esto está vinculado a que, desde el 2018, el Instituto de Investigación Científica (IDIC) planteó que los trabajos de los docentes deberían difundirse en publicaciones indexadas en Scopus o WoS (María Teresa Quiroz, comunicación personal), se crearon los grupos de investigación de docentes y, con relación a las tesis, se implementó el *Reglamento general de grados y títulos* (Universidad de Lima, 2018).

El peso que tiene todavía el trabajo de suficiencia profesional como forma de obtener el título de licenciado muestra que aún hay una serie de aspectos que se deben seguir estudiando. Eso se tendrá que explorar en otro estudio, pero la baja presencia de tesis versus el trabajo de suficiencia profesional (a pesar del incremento de las tesis en los últimos años) indica que hay todo un trabajo que continuar realizando con alumnos y profesores para cumplir con uno de los fines de la universidad (Ley 30220, 2014). Otro aspecto por considerar es que la facultad cuenta con una maestría de donde recién hace dos años hay egresados; además, no se tiene un doctorado en Comunicación, que es donde la formación y producción en investigación suele ser más exigente (Gutiérrez Morales et al., 2020; Valencia, 2017).

Otro resultado que amerita una mayor profundización es la diferencia entre la proporción de tesis de estudiantes vinculadas a la publicidad y *marketing*, así como a la comunicación corporativa, y la baja presencia de estos temas en la investigación de los docentes. La distancia entre la formación y la investigación de los docentes ya ha sido observada en otros estudios y países (Rocha, 2020). Esto podría estar relacionado con el número de estudiantes egresados con este tipo de intereses o con algunas características de los docentes que desarrollan estos temas. Una pista puede hallarse en lo

ocurrido con los estudios que abordan temas audiovisuales. Mientras la publicación podía ser en medios no indexados, los trabajos sobre temas audiovisuales fueron abundantes; en el periodo 2011-2016 fue casi la mitad de las publicaciones (48 %). Revistas como *Ventana Indiscreta* o *Un Vicio Absurdo*, dedicadas a estos asuntos, estuvieron entre las primeras durante el periodo 2011-2016. Cuando la publicación en medios indexados se instaló como política, la presencia de trabajos sobre temas audiovisuales disminuyó significativamente. Cuando se analizan solo publicaciones indexadas en Scopus y WoS, la presencia de estudios sobre temas audiovisuales también disminuye (14 % en el total, un 18 % en el periodo 2017-2022). Esto, al igual que en el caso de publicidad y *marketing*, y comunicación corporativa, puede que esté relacionado con los nuevos retos que implica la lógica de la investigación y publicación que hoy se demanda, así como con el perfil del profesorado de estas áreas. Un asunto para seguir investigando.

Algo destacable es la importancia de los estudios sobre temas de educación y comunicación, semiótica, y comunicación y salud, por parte de los docentes, en publicaciones indexadas. Si bien no están entre los temas más trabajados por los alumnos, al menos en el caso de semiótica, y comunicación y salud, el crecimiento de tesis dedicadas a este tema en el último año es interesante y lleva a preguntarse por la relación existente entre los trabajos de investigación de los profesores y su impacto en los que desarrollan los alumnos.

Este trabajo muestra la importancia de profundizar en el estudio de los grupos de investigación en el proceso de desarrollo de esta actividad académica (Gómez-Escalonilla & Caffarel-Serra, 2022; Rocha, 2020). Con el paso del tiempo, la difusión de investigaciones en publicaciones indexadas se ha ido asociando cada vez más a la pertenencia a un grupo de investigación. Son estos docentes los que más han publicado en revistas indexadas.

Algunas diferencias entre los temas de las tesis de los alumnos y las investigaciones de los docentes podrían responder a diferencias generacionales. Por ejemplo, la diferencia entre el peso que tienen en las tesis los temas de género, en comparación con el existente en los trabajos de los profesores, es un aspecto que merece mayor investigación. Como se indicó, no parece estar vinculado al género del investigador, sino a un interés generacional. En todo caso, es un tema de agenda ya instalado en la investigación sobre comunicación, el cual valdrá profundizar en futuros estudios (Guarinos et al., 2018). Otro indicador de diferencias generacionales es que el peso de lo digital en los trabajos de los profesores sea menor que en el de los alumnos.

Como se observa, este es un estudio de carácter descriptivo que permite poner en evidencia ciertos aspectos de la investigación en comunicación, pero, sobre todo, plantea múltiples preguntas y líneas de investigación futura: ¿cuál es la situación de las variables analizadas en el conjunto del sistema universitario peruano dedicado a la formación en

comunicación, la relación entre tipo de investigación y políticas de fomento de la misma, la promoción de la investigación durante la formación de pregrado, la relación entre formación e investigación en las facultades, el rol de los grupos de investigación en el fomento de la publicación y en la formación de investigadores, y, por último, la cobertura de temas de género y la relación de los estudios con el entorno digital? Otro aspecto que se podría abordar en investigaciones futuras es un análisis de los métodos y técnicas utilizados en los trabajos tanto de los alumnos como de los docentes.

Un aspecto de particular interés para estudios futuros es identificar variables y categorías de codificación que se puedan utilizar en todos los estudios bibliométricos sobre el área. En el presente trabajo, se ha empleado un particular libro de códigos, pero, como se señaló en la introducción, cada estudio bibliométrico va acompañado de un libro de códigos diferente. Esto puede responder a los diferentes objetivos de investigación que se planteen, pero consideramos que para el desarrollo de la bibliometría de la investigación en comunicación se debe apuntar a trabajar con libros de códigos que sean de referencia general para todos los investigadores.

Se debe tomar en cuenta que para esta investigación se ha trabajado solo con las publicaciones existentes en el repositorio digital de la biblioteca de la universidad. Esto se tiene que considerar sobre todo para el análisis de los trabajos de licenciatura, ya que estos están digitalizados del 2016 en adelante.

## REFERENCIAS

- Arroyave-Cabrera, J., Repiso-Caballero, R., & González-Pardo, R. (2020). La investigación en Comunicación en Colombia vista desde Web of Science. *Revista de Comunicación*, 19(2), 29-45.
- Beltrán, L. R. (2000). La investigación en comunicación en Latinoamérica: ¿indagación con anteojeras? En L. R. Beltrán (Ed.), *Investigación sobre comunicación en Latinoamérica: inicio, trascendencia y proyección* (pp. 29-86). Plural Ediciones.
- Blanco, D. (1986). Claves semióticas para una lectura del pensamiento de San Agustín. *Cuadernos Cicosul*, 2(4), 1-59. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/9176>
- Caffarel-Serra, C., Ortega Mohedano, F., & Gaitán, J.-A. (2018). La investigación en comunicación en España: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. *Comunicar*, XXVII(56). <https://doi.org/10.3916/C56-218-06>
- Castillo-Esparcia, A., & Carretón, M. C. (2010). Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España. *Comunicación y Sociedad*, XXIII(2), 289-327. <https://www.researchgate.net/publication/273756432>



- Castillo-Esparcia, A., & Castellero-Ostio, E. (2019). Investigación en comunicación. Metodologías, temáticas y fuentes. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 9(18), 197-218.
- Chávez Sánchez, H. G. (2020). *Calidad de las revistas científicas electrónicas de comunicación en América Latina y España* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Cybertesis. Repositorio de Tesis Digitales. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/15067>
- Cohen, J. (1960). A coefficient of agreement for nominal scales. *Educational and Psychological Measurement*, 20(1), 37-46.
- Díaz Campo, J. (2014). La investigación sobre Internet en las facultades de comunicación españolas. Análisis bibliométrico de tesis doctorales (1997-2012). *Documentación de las Ciencias de la Información*, 37, 305-320. [https://doi.org/10.5209/rev\\_DCIN.2014.v37.46828](https://doi.org/10.5209/rev_DCIN.2014.v37.46828)
- Robledo Dioses, K., Atarama Rojas, T., & Palomino Moreno, H. (2017). De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), 223-240. <https://doi.org/10.5209/ESMP.55593>
- Fuentes Navarro, R. (1999). La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI. *Oficios Terrestres*, 6, 56-67. <http://goo.gl/k7NCDh>
- Fuentes Navarro, R. (2010). Medio siglo del estudio universitario de la comunicación en México: el riesgo del inmediatismo superficial. *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC, XVII*, 99-115. <https://doi.org/10.38056/2010aiccxvii341>
- Gómez-Escalonilla, G., & Caffarel-Serra, C. (2022). Mapa de los grupos de investigación en comunicación en España. *Revista Latinoamericana de Comunicación Social*, 80, 1-19. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1513>
- González-Pardo, R., Repiso, R., & Arroyave-Cabrera, J. (2020). Revistas iberoamericanas de comunicación a través de las bases de datos Latindex, Dialnet, DOAJ, Scopus, AHCI, SSCI, REDIB, MIAR, ESCI y Google Scholar Metrics. *Revista Española de Documentación Científica*, 43(4), 1-16. <https://doi.org/10.3989/redc.2020.4.1732>
- González-Samé, H., Romero-Rodríguez, L. M., & Aguaded, I. (2017). La investigación en comunicación en Latinoamérica: una aproximación histórica (1950-2016). *Historia y Comunicación Social*, 22(2), 427-443. <https://doi.org/10.5209/HICS.57853>
- Goyanes, M., Rodríguez-Gómez, E. F., & Rosique-Cedillo, G. (2018). Investigación en comunicación en revistas científicas en España (2005-2015): de disquisiciones teóricas a investigación basada en evidencias. *Profesional de la Información*, 27(6), 1281-1291. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.11>

- Guarinos, V., Caro, F. J., & Cobo Durán, S. (2018). La igualdad de género en los estudios de grado en Comunicación: la transversalidad imaginaria. Estudio de caso de las universidades públicas andaluzas. *Prisma Social*, 22, 296-325.
- Gutiérrez Morales, I. M., Aguilar Ramírez, L. A., González Chaparro, I. L., Pérez Lima, A. M., Sandoval Pantoja, M. G., & Suárez Bedolla, B. I. (2020). Diagnóstico de la construcción teórica de investigaciones en comunicación en México. *Vivat Academia*, 150, 25-46.
- Langer, A. I., & Gruber, J. B. (2021). Political agenda setting in the hybrid media system: why legacy media still matter a great deal. *International Journal of Press/Politics*, 26(2), 313-340. <https://doi.org/10.1177/1940161220925023>
- Lotero-Echeverri, G., Romero-Rodríguez, L. M., & Pérez-Rodríguez, A. (2019). Tendencias de las publicaciones especializadas en el campo de la educocomunicación y alfabetización mediática en Latinoamérica. *Interface*, 23, 1-17. <https://doi.org/10.1590/Interface.180193>
- Lozano-Ascencio, C., Gaitán-Moya, J. A., Caffarel-Serra, C., & Piñuel-Raigada, J. L. (2020). Una década de investigación universitaria sobre Comunicación en España, 2007-2018. *Profesional de la Información*, 29, 1-16.
- Marí, V., & Martins, C. (2021). Communication research, the geopolitics of knowledge and publishing in high-impact journal: the chronicle of a commodification process foretold. *TripleC*, 19(2), 307-324.
- Martínez-Nicolás, M. (2020). La investigación sobre comunicación en España (1985-2015). Contexto institucional, comunidad académica y producción científica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75(75), 383-414. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1432>
- Ley 30220 del 2014. Ley Universitaria. 8 de julio del 2014. <https://www.gob.pe/institucion/minedu/normas-legales/118482-30220>
- Peirano, L., & Kudo, T. (1982). *La investigación en la comunicación social en el Perú*. Desco.
- Piñeiro-Naval, V. (2020). La metodología de análisis de contenido. Usos y aplicaciones en la investigación comunicativa del ámbito hispánico. *Communication & Society*, 33(3), 1-16. <https://doi.org/10.15581/003.33.3.1-16>
- Piñeiro-Otero, T. (2016). La radio en la investigación comunicativa en España. Una línea minoritaria para un medio mayoritario. *Signo y Pensamiento*, 35(69), 30-48. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-69.rice>
- Poell, T. (2020). Three challenges for media studies in the age of platforms. *Television and New Media*, 21(6), 650-657. <https://doi.org/10.1177/1527476420918833>

- Quezada Macchiavello, Ó. (1988). Semiótica y comunicación social en el Perú. *Diálogos de la Comunicación*, 22, 1-17. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/3764>
- Quiroz Velasco, M. T. (2017). Pensando críticamente la investigación universitaria. *Comunicación*, 36, 5-7. <https://doi.org/10.18566/comunica.n36.a01>
- Repiso, R., Torres, D., & Delgado, E. (2011). Análisis bibliométrico y de redes sociales en tesis doctorales españolas sobre televisión (1976/2007). *Comunicar*, XIX(37), 151-159.
- Riffe, D., Lacy, S., Watson, B. R., & Fico, F. (2019). *Analyzing media messages* (4.ª ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429464287>
- Rocha, C. (2020). La investigación en comunicación en Colombia. Una mirada desde los grupos de investigación. *Question/Cuestión*, 2(67), e426. <https://doi.org/10.24215/16696581e426>
- Sánchez-Soriano, J. J., & García-Jiménez, L. (2020). La investigación en comunicación LGBTI en España: estado de la cuestión y perspectivas de futuro. *Prisma Social*, 28, 161-175.
- Saperas, E. (2016). Cuatro décadas de investigación comunicativa en España. Los procesos de institucionalización y de profesionalización de la investigación (1971-2015). *Disertaciones. Anuario Electrónico de Estudios de Comunicación Social*, 9(2), 27-45. <https://doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016.02>
- Selg, P., & Ventsel, A. (2020). *Introducing relational political analysis. Political semiotics as a theory and method*. Palgrave Macmillan.
- Turpo-Gebera, O., & Gonzales-Miñán, M. (2019). Comunicación para el desarrollo en tesis universitarias de Perú: hacia una cartografía disciplinar. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(2), 141-162. <https://doi.org/10.31876/racs.v25i2.27343>
- Universidad de Lima. (2018). *Reglamento general de grados y títulos*. <https://www.ulima.edu.pe/pregrado/comunicacion/grados-y-titulos>
- Valencia, F. (2017). *Análisis de la producción y reproducción del conocimiento científico en las tesis (enero 2006 - enero 2012) de la Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura* [Tesis de maestría, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente]. <https://rei.iteso.mx/handle/11117/5572%0A>
- Zarowsky, M., & Von Lurzer, C. J. (2018). Communication research in Argentina (2001-2015): between expansion and intellectual intervention. *Communication Theory*, 28(2), 202-223. <https://doi.org/10.1093/ct/qtx012>

## ANEXO

LIBRO DE CÓDIGOS	Versión 2	1/12/2021
VARIABLES	CÓDIGOS	CRITERIOS PARA CODIFICAR
Autor	Nombre del autor o autores	
Año	El año de publicación	
Tipo de documento	1 = Artículo científico	Indexado en Scopus o Web of Science, no en otro sistema
	2 = Libro	Indexado o no indexado
	3 = Capítulo de libro	Indexado o no indexado
	4 = Tesis	
	5 = Trabajo de investigación	
	6 = Trabajo profesional	
	7 = Artículo académico (no indexado o indexado en índices diferentes de Scopus y Web of Sciences)	No indexado en Scopus o Web of Science ni en otro sistema reconocido (Latindex, SciELO, etc.)
	8 = Ponencia o artículo (contribución a conferencia) indexado	Indexado en Scopus o Web of Science, no en otro sistema
Grado académico (alumno)-docente	1 = Licenciatura	
	2 = Bachillerato	
	3 = Maestría	
	4 = Docente	
Sexo del autor o de los autores	1 = Mujer	Una mujer o, si hay más de un autor, hay paridad o mayoría de mujeres
	2 = Hombre	Un hombre, si son dos y uno es mujer, se codifica Hombre. Si son tres o más, mayoría masculina
Número de autores	1 = 1	
	2 = 2	
	3 = 3	
	4 = 4	
	5 = 5	
	6 = 6	
	7 = 7	
	8 = 8	
	9 = 9	

(continúa)

(continuación)

Online u offline	1 = No relacionado con temas digitales	Si el objeto de estudio o el medio involucrado está vinculado a lo digital. Se puede considerar cuando se habla en el título, resumen o contenido de digital, <i>online</i> , redes, blogs, web, memes, cultura digital, SMS, internet, transmedia, multiplataforma, YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, etc.
	2 = Relacionado con temas digitales	
Tema de género o no	1 = Sí	Si el objeto de estudio o el medio involucrado está vinculado a temas de identidad de género. Se puede considerar cuando se habla en el título, resumen o contenido de mujer u hombre desde el punto de vista de identidad de género, LGTBIQ, trans, travestismo, homosexualidad, masculinidad, masculino, sexismo, gay.
	2 = No	
Tema COVID-19 o no	1 = Relacionado con el COVID-19	Si el objeto de estudio o el contexto del mismo tiene que ver con la pandemia del COVID-19. Palabras usadas pueden ser COVID, COVID-19, pandemia. Ver los años 2020 al 2022.
	2 = No (en todos los casos de 1986 al 2019)	No relacionado. Sobre todo ver años 1986 al 2019.
Temas	1 = Publicidad y <i>marketing</i>	Si el objeto de estudio está vinculado a la publicidad, campañas publicitarias o de <i>marketing</i> de tipo comercial principalmente. Tomar en cuenta palabras como publicidad, <i>marketing</i> , <i>branding</i> , marca, investigación de mercados, comportamiento del consumidor, posicionamiento, <i>marketing</i> y ventas.
	2 = Comunicación y salud	Si el objeto de estudio está vinculado a temas de comunicación relacionados con la salud física o mental. Considerar aspectos preventivos. Pueden aparecer palabras tales como salud, salud física, salud mental, <i>food industry</i> , alimentos, <i>patients perspective</i> , bipolar, tuberculosis, <i>bullying</i> , anemia, COVID-19, adulto mayor, etiquetados nutricionales, bienestar emocional, sida, aborto, envidia, médicos, métricas, embarazo.
	3 = Comunicación y cultura	Cuando el objeto de estudio aborda los cambios en la cultura (actitudes, creencias, representaciones, usos y hábitos) llevados por características o cambios en la relación con los medios. Puede comprender un análisis de cómo se representa en un medio ciertas características para dar cuenta de aspectos de la cultura que se analizan. Se puede vincular con palabras como cultura, cultura digital, interacción social, estudios culturales, identidad, identidad cultural, comunicación y cultura, género, masculinidad, sociedad y medios, procesos sociales, literatura, psicología social, ciencias sociales, medios culturales y digitales, roles de género.

(continúa)

(continuación)

---

4 = Audiovisual (cine, radio, TV, etcétera)	Cuando la investigación aborda como centro de su análisis lo que ocurre con uno de los siguientes medios: cine, teatro, televisión, radio, internet. Puede estar vinculado al análisis de personajes que aparecen en estos medios, a los mensajes que discurren en los medios, análisis de contenido de los mensajes (siempre y cuando no sean análisis semióticos). Puede comprender el análisis de la gestión y realización en alguno de estos medios. Puede incluir análisis de películas, series, actores, producción audiovisual.
5 = Semiótica	Si el método o el enfoque de la investigación se hace explícitamente desde una mirada semiótica.
6 = Artes visuales (fotografía y diseño gráfico)	Si el objeto de la investigación es la fotografía o alguna variante de las artes gráficas. Puede incluir estudios sobre diseños de páginas web, identidad visual, fotolibros, diseño de blogs, manuales de identidad, etc.
7 = Educación y comunicación (incluye reflexiones sobre formación de comunicadores)	Cuando el objeto de estudio tiene que ver con el rol de la comunicación en la educación, ya sea a nivel preescolar, escolar, universitario o de formación de profesores. Incluye trabajos que aborden la formación de comunicadores. Puede estar vinculado a palabras tales como profesores, alumnos, colegios, secundaria, educación, educación y comunicación, enseñanza, aprendizaje, enseñanza universitaria, comunicación y educación, teleducación, institución educativa, docencia.
8 = Comunicación corporativa (incluye responsabilidad social empresarial)	Cuando el objeto estudio es la imagen, reputación o comunicación (interna o externa) de una institución con o sin fines de lucro. Puede ser un organismo estatal. Incluye los estudios que abordan actividades de responsabilidad social, imagen institucional, comunicación interna, comunicación empresarial, marca empleadora, marca empresa, cultura corporativa, reputación corporativa, comunicación organizacional, gestión de crisis, reputación interna, identificación con la organización, clima laboral, responsabilidad social de la empresa, valor compartido.
9 = Comunicación y desarrollo general	Implica estudios donde se aborda la comunicación para buscar impactar en un proceso de desarrollo social determinado. Incluye objetivos de interés público. Puede considerar la comunicación interpersonal, organizacional o mediada, pero con fines sociales. Se puede presentar asociada a temas vinculados al uso de radios comunitarias, <i>marketing</i> social, fomento de determinadas actitudes sociales, temas vinculados al desarrollo comunitario, comunicación con fines públicos no comerciales hechos por instituciones que no sean empresas privadas.

---

(continúa)

(continuación)

	10 = Comunicación y política	Si el tema aborda la relación entre el sistema político, sus actores y la ciudadanía. Aspectos vinculados al poder ejecutivo, legislativo o judicial, así como otro organismo del Estado, donde lo que se evalúa es la relación al interior de estos organismos públicos o entre estos y la ciudadanía. Puede incluir temas vinculados a propaganda política, formación de ciudadanía, opinión pública, imagen de políticos, debates, elecciones, propaganda, gestión municipal, o el análisis de la comunicación o imagen de determinados políticos e instituciones públicas.
	11 = Periodismo	Si el objeto del análisis es la prensa escrita (diarios), televisiva, radial o digital. Tomar en cuenta <i>magazines</i> y noticieros. También puede incluir estudios sobre lo que acontece al interior de los medios.
Pertenencia a grupo de investigación	1 = Sí, según informe del IDIC y año de creación del grupo  2 = No	Tomar en cuenta que los grupos CEC y GICS se crearon en el 2018. El de Semiótica en el 2019. El de Comunicación y Cultura Política en el 2021. Solo se codifica Sí cuando la fecha del artículo está dentro del año de creación del grupo.
Grupo de investigación de pertenencia	1 = Comunicación, Educación y Cultura (CEC), antes Comunicación y Educación  2 = Grupo de Investigación en Comunicación y Salud (GICS), antes Comunicación y Salud  3 = Grupo de Investigación Semiótica  4 = Grupo de Investigación en Comunicación y Cultura Política (CUPOL)  5 = No pertenece en fecha en que ya había grupos (2018)  6 = No aplica (alumno o no había grupo en la fecha)	
Nombre de revista o conferencia	Nombre de la revista	
Publicación indexada o no	1 = Sí, en Scopus o Web of Science u otro sistema  2 = No	

(continúa)

(continuación)

Dónde ha sido indexada la publicación	1 = Scopus	
	2 = Web of Science (WoS)	
	3 = Otros	Latindex, SciELO, Google Schollar Metrics, DOAJ, Dialnet, etc.
	4 = No indexado	
	5 = No aplica	Alumno, o no indica
Cuartil de la indexación	1	
	2	
	3	
	4	
	5 = No aplica	Es alumno, publicación no indexada o está indexada, pero no está indexada en Scopus o WoS