



Repertorio estratégico para la investigación comunicacional. Una Propuesta

Erick R. Torrico Villanueva

SERIE: INVESTIGACIONES IPICOM

6

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN, POSGRADO E INTERACCIÓN
SOCIAL (IpiCOM)



**Repertorio estratégico
para la investigación
comunicacional.
Una propuesta.**

*Dr. Erick R. Torrico Villanueva
Docente investigador IpiCOM*

La Paz, diciembre de 2018

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN, POSGRADO E
INTERACCIÓN SOCIAL (IpiCOM)

**Repertorio estratégico para la investigación comunicacional.
Una propuesta.**

Calle Federico Zuazo, esq. Zapata, edif. Zavaleta, piso 5.
Teléfonos: 2911890-2911880 (int. 107)
E-mail: ipicom@umsa.bo
La Paz-Bolivia

Director de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social

Lic. Edgar Pomar Crespo

**Directora del Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción Social en
Comunicación (IpiCOM)**

MSc. Esperanza Pinto Sardón

Repertorio Estratégico para la Investigación Comunicacional

Dr. Erick Torrico Villanueva

Docente Investigador IpiCOM

ISBN: 978-99974-959-5-2

Depósito Legal: 4-1-124-20-PO

Diseño y diagramación

José Ignacio Mamani Borrás

Impresión

Hiperactiva

Calle Potosí esq. Loayza N° 406 Of. 6 mezanine

Teléfono y celular: 2204474 - 70113436

E-mail: Hiperactivaprinta@gmail.com

La Paz - Bolivia

Julio de 2020.

Equipo investigador

Docente-investigador del IpiCOM: Dr. Erick Rolando Torrico Villanueva

Estudiantes del 5° año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, gestión 2018: Deysi Laura Cachaca, Freddy Jhoel Bustillos Arraya, Gaby Huanca Choque, Paola Isabel Murillo Pérez y Yercia Ibils Mañueco Valdiviezo.

ÍNDICE

<i>Presentación</i>	7
<i>Introducción</i>	9
1. Formar para investigar la comunicación en Bolivia	13
2. Panorama diagnóstico de la formación universitaria para la investigación comunicacional en La Paz y El Alto	25
3. Una pedagogía de la investigación	41
4. La investigación comunicacional y sus corrientes	49
5. El proceso investigativo	59
6. Repertorio estratégico para investigar la comunicación	73
7. Pequeña caja de herramientas: Técnicas e instrumentos	85
8. Sugerencias didácticas para formar en investigación comunicacional	109
<i>Fuentes consultadas y recomendadas</i>	119

Anexos:

1) <i>Cuestionario para docentes del área de Investigación</i>	135
2) <i>Estructura tipo de un proyecto de investigación</i>	136
3) <i>Estructura tipo de un informe de investigación</i>	138

Apéndices:

1) <i>Principales organizaciones en investigación comunicacional..</i>	140
2) <i>Sitios web académicos y buscadores especializados</i>	153
3) <i>Carta de La Paz: El pensamiento crítico latinoamericano</i>	160

PRESENTACIÓN

El Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción Social en Comunicación (IpiCOM), dependiente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), con la publicación de *Repertorio estratégico para la investigación comunicacional. Una propuesta* (publicación impresa) y su ANEXO especial *Revistas Iberoamericanas de Comunicación. Un Catálogo* (publicación digital) del Dr. Erick Torrico y su equipo de estudiantes, contribuye integralmente a la maduración de la matriz disciplinaria del campo académico de la Comunicación en Bolivia porque es el resultado de la indagación que propone vigorizar la formación académica en la especialidad y cualifica la práctica en investigación comunicacional.

La obra impresa, ofrecida como una guía, es altamente sustanciosa porque activa procesos intelectuales vitales para el arranque de una investigación a través de un conjunto de recursos que permiten, desde dimensiones teóricas/metodológicas/técnicas y operativas, reflexionar y comprender el forjamiento del objeto de estudio.

Asimismo, es altamente sustanciosa, porque delinea lo que el autor llama *pedagogía de la investigación*, para dedicarse a la investigación en Comunicación, cuyo meollo es el crecimiento horizontal, en comunidad, entre docente y estudiante siendo su sustento el diálogo entre la formación teórica y la metodológica. En definitiva, en ese marco, constituye una contribución relevante para el desarrollo de las nuevas generaciones de investigadores.

La exhaustiva obra digital que acompaña al *Repertorio*, el ANEXO especial mencionado, es producto del gran apoyo de estudiantes de la Carrera. Su valor y utilidad residen en el registro sistemático, en más de doscientas páginas, de las revistas académicas iberoamericanas sobre Comunicación. Este ANEXO es un aporte para la investigación de fuentes que continuamente renuevan el acervo intelectual del campo académico de la especialidad.

El Dr. Torrico llevó adelante el trabajo en 2018, luego de postularse a una convocatoria del IpiCOM que debió seguir procesos académicos y administrativos que coronaron en su designación por esa gestión. Los estudiantes de último año que participaron en el trabajo fueron seleccionados por sus aptitudes e inclinaciones a la práctica indagatoria.

Docentes y estudiantes de todas las carreras de Comunicación del país quedan invitados a sacar provecho de estos dos aportes.

MSC. ESPERANZA PINTO SARDÓN
DIRECTORA TITULAR 2019-2022 IpiCOM

INTRODUCCIÓN

La investigación comunicacional en Bolivia, pese a los cambios cualitativos y cuantitativos que ha registrado desde la reactivación en 1999 de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (ABOIC), todavía no ha alcanzado los estándares académicos que son exigibles hoy a la especialidad ni tampoco una situación de reconocimiento y soporte en los centros universitarios, las instituciones públicas o las organizaciones no gubernamentales.

Como lo fue desde sus inicios, la investigación continúa predominantemente como una tarea propia de la iniciativa individual y en gran parte de los casos desvinculada de la docencia universitaria.

Asimismo, los principales productos investigativos en Comunicación en el país siguen estando representados por las tesis universitarias, modalidad de titulación cada vez menos atrayente para los estudiantes del área y que, salvo excepciones, mantiene su calidad en un nivel regular.

Las Carreras de Comunicación universitarias no están formando investigadores. Sí ofrecen diversas asignaturas relacionadas con este ámbito, aunque no las suficientes ni las más pertinentes, aparte de que sus procedimientos de enseñanza están sobre todo centrados en fórmulas expositivas que relegan a los estudiantes a la sola recepción y hasta a la repetición. La práctica investigativa en las aulas es aún incipiente.

Actualmente, salvo el Instituto de Investigación, Posgrado en Interacción Social en Comunicación (IpiCom) de la Carrera de Ciencias de la Comunicación creado en 2013 en la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), no existen otros espacios institucionales activos dedicados a alentar la producción intelectual en este campo. Y eso que Bolivia tiene hoy 45 centros de formación profesional universitaria en Comunicación (11 de ellos se encuentran en las ciudades de La Paz y El Alto).

A ello, se suman carencias ya tradicionales en materia de acceso a bibliografía actualizada y a otra documentación académica (como las revistas de la especialidad) o de docentes formados en Comunicación que no sólo enseñen investigación sino que además la hagan, aparte de los problemas que se derivan de la a veces discrecional forma en que son definidos los contenidos y los objetivos de las asignaturas del área, de la incoherencia y descoordinación que en ocasiones tiene su disposición en los programas de estudio o de las múltiples confusiones metodológicas, teóricas e inclusive temáticas que se ponen en evidencia en muchos proyectos o trabajos de investigación.

Ante ese panorama, gracias a la convocatoria hecha por el IpiCom, fue posible desarrollar el proyecto que dio origen al presente documento que se propone como una guía de investigación comunicacional dirigida a estudiantes y docentes del ramo.

Dada la notable escasez de materiales de orientación especializados –se tiene contados libros sobre el particular publicados en Brasil, Chile, México, España y Perú, todos citados en la lista final de *Fuentes consultadas y recomendadas*–, se propuso la preparación de este **Repertorio estratégico para la investigación comunicacional** que es de desear supla vacíos con que a la fecha se topan docentes y alumnos de las Carreras de Comunicación en el país.

Con ese objetivo, este documento comprende 8 capítulos, 3 Anexos y 3 Apéndices, así como un Anexo especial que presenta un exhaustivo catálogo de *revistas académicas iberoamericanas de Comunicación*.

En el primer capítulo, “Formar para investigar la comunicación en Bolivia”, se expone los propósitos y alcances del trabajo realizado junto a una contextualización de la problemática abordada.

En el segundo, “Panorama diagnóstico de la formación universitaria para la investigación comunicacional en La Paz y El Alto”, se tiene una aproximación a la situación de esta enseñanza en las Carreras de Comunicación de las dos ciudades mencionadas que está basada en un análisis de los programas de estudio y en una serie de entrevistas a docentes universitarios.

El tercero, “Una pedagogía de la investigación”, sintetiza el enfoque teórico en que se asienta la propuesta del Repertorio.

El cuarto, “La investigación comunicacional y sus corrientes”, resume el sentido de la comunicación y su estudio, la Comunicación o Comunicología, a la vez que repasa la trayectoria y características del desarrollo de la investigación especializada.

En el quinto, “El proceso investigativo”, se explica fundamentalmente la lógica con la que se organiza el trabajo científico.

En el sexto, “Repertorio estratégico para investigar la comunicación”, se presenta la noción central del documento compuesta por la conjugación de teorías y métodos que debe constituir el recurso básico, intelectual y técnico, de todo investigador.

En el penúltimo, “Pequeña caja de herramientas: Técnicas e instrumentos”, se brinda una explicación sucinta pero útil de un

conjunto de técnicas de recolección de información que se puede emplear en la investigación comunicacional.

Y, finalmente, en el octavo, “Sugerencias didácticas para formar en investigación comunicacional”, se hace planteamientos para poder llevar a las aulas la pedagogía de la investigación.

El documento se cierra con una extensa lista de *fuentes consultadas y recomendadas*, seguidas, en los Anexos, del *cuestionario aplicado en las entrevistas a los docentes* y dos esquemas orientadores: uno sobre la *estructura tipo de un proyecto de investigación* y otro con la *estructura tipo de un informe de investigación*.

En los Apéndices están incluidas fichas descriptivas de las *principales organizaciones en investigación comunicacional* junto a datos acerca de *sitios web académicos y buscadores especializados* y la “*Carta de La Paz*”, una fundamental declaración de los investigadores latinoamericanos de la Comunicación sobre el pensamiento crítico latinoamericano, su vigencia y desafíos.

Este trabajo no hubiese sido posible sin el convencido respaldo del IpiCom y de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UMSA. La labor comprometida, responsable y entusiasta de los estudiantes de último año que conformaron el equipo investigador –cuyos nombres aparecen en los créditos– fue una verdadera clave para poder llegar a buen puerto. Gracias a todos ellos.

Es, pues, de esperar que este **Repertorio** contribuya a fortalecer la formación para la investigación comunicacional en los centros universitarios del país y a consolidar la comunidad académica de la especialidad.

1. FORMAR PARA INVESTIGAR LA COMUNICACIÓN EN BOLIVIA

La investigación comunicacional es un área de producción de conocimientos que, pese a la notable importancia social, económica y política que ha adquirido en los últimos años la interrelación social potenciada además por las tecnologías de la información y la comunicación en todo el mundo, todavía enfrenta debilidades, malentendidos y desconocimientos¹. Y esta situación también es evidente en Bolivia.

Un factor clave de la endebles que aún se puede percibir en esta materia en el país es la ausencia de procesos deliberados de formación de investigadores en las universidades, aunque claramente esta es una carencia que abarca a la gran mayoría de las especialidades profesionales y que, por tanto, no es privativa del ámbito de la Comunicación.

En general, la situación de la investigación científica en Bolivia es deficitaria y los todavía limitados esfuerzos que se realizan para superar tal condición provienen principalmente de las universidades públicas². La contribución del país a la producción científica internacional, en tal contexto, está considerada como “escasa y marginal” (Rodríguez

¹ A este respecto, por ejemplo, Enrique Sánchez y Raúl Fuentes coinciden en señalar que la investigación comunicacional aún no ha logrado legitimidad ni influencia académicas como tampoco los profesionales del sector alcanzaron una identidad homogénea. Cfr. Sánchez (2011:8 y ss.). Aunque ellos se refieren a lo que sucede en su país, México, tal apreciación resulta aplicable a la realidad boliviana y probablemente también a la de otras naciones latinoamericanas.

² Véase las declaraciones hechas al respecto por el presidente de la Academia Nacional de Ciencias, Dr. Gonzalo Taboada, en http://www.erbol.com.bo/noticia/social/17092014/taboada_en_bolivia_hay_deficit_en_produccion_cientifica

y Weise, 2016:123), lo que queda muy bien ilustrado por el reducido volumen de artículos científicos bolivianos publicados en revistas académicas internacionales, que representaron en promedio menos del 0,5% de los que vieron la luz en Latinoamérica entre 1990 y 2005³.

Para 2016 Bolivia contaba con un total de 183 centros o institutos de investigación, de los que 141 estaban radicados en las universidades públicas (la Universidad Mayor de San Andrés, UMSA, cuenta a la fecha con 45), mientras que 25 pertenecían al sector público y 17 a organizaciones privadas (:142).

En 2014 el Sistema de la Universidad Boliviana tenía 1.015 docentes investigadores y 631 auxiliares de investigación (Martínez y Otros, 2016:18). La mayoría de los investigadores se forman en la práctica, dentro de los propios centros, institutos o proyectos, o mediante la realización de estudios en el extranjero, dado que la oferta nacional de programas de doctorado es aún reducida: para 2008 fueron contabilizados solamente 12 (Padilla y Otros, 2008:38), aunque este número se incrementó a 35 para 2015 (Martínez y Otros, 2016:20). La oferta de cursos de maestría era mayor, 244 para 2008, pero la orientación predominante de los mismos era profesionalizante o inclusive “de naturaleza remedial del pre-grado” (Padilla y Otros, 2008:36), por lo cual su contribución al desarrollo científico era y es casi inexistente.

El área de la Comunicación no es una excepción en ese panorama de limitaciones. Aunque existen actualmente 45 Carreras en un número igual de universidades del país –salvo en la ciudad de Potosí–, sólo el 6% de ellas tiene un instituto de investigación, pero de muy reciente

³ Cfr. el artículo “La comunicación científica en Bolivia y el mundo” de Gunnar Zapata en Torrico y Pinto (2014:348). Para el caso de la Comunicación, aunque no se tiene información sistematizada al respecto, se puede afirmar que no son más de 5 los autores nacionales que publican eventualmente en publicaciones extranjeras, generalmente iberoamericanas.

data⁴, lo que muestra que no sólo la generación de conocimiento sino la propia preparación para hacer investigación y, más todavía, la formación específica de investigadores, no son una prioridad en los centros universitarios dedicados a la especialidad comunicacional⁵. A ello se suma la existencia de una pequeña y a veces eventual oferta de programas de posgrado que en su mayoría tampoco hacen énfasis en la enseñanza y la producción investigativas⁶.

También las publicaciones periódicas que pueden ser calificadas como académicas son pocas; en concreto, sólo hay 3 en la actualidad: “Aportes de la Comunicación y la Cultura”, de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra, nacida en 1993; “Punto Cero”, de la Regional Cochabamba de la UCB, que se edita desde 1995, y “Journal de Comunicación Social”, de la UCB en La Paz, que surgió en 2013⁷. Pero el problema no es apenas su reducido número, sino la procedencia y la calidad de sus contenidos; en el primer caso, al menos la mitad de los artículos pertenecen a autores extranjeros y, en el segundo, los textos de los autores nacionales suelen reflejar con frecuencia

4 Se trata de los institutos creados en la Universidad Pública de El Alto, la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) y la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” – Regional La Paz (UCB), según su aparición cronológica. En los hechos, sin embargo, es el Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción Social en Comunicación (IpiCom), de la segunda universidad nombrada, el único que funciona con regularidad desde su conformación oficial en 2013.

5 Cfr. al respecto los todavía válidos diagnósticos presentados sobre las Carreras de Comunicación de La Paz, Cochabamba, Santa Cruz y Sucre en Torrico (2005).

6 Sólo la Universidad Andina Simón Bolívar, en su sede académica de La Paz, mantiene una maestría desde el año 1998. Las experiencias desarrolladas en otras universidades han sido más bien circunstanciales, como las que llevaron adelante la Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca y la Universidad Evangélica Boliviana entre 2015 y 2016 en Sucre y Santa Cruz, respectivamente, así como la que desde 2016 está ofreciendo la UCB en La Paz en acuerdo con universidades españolas. La UMSA acaba de incursionar (2017) en el posgrado por iniciativa del IpiCom y la UCB de Cochabamba cuenta con un programa experimental de doctorado que para 2017 solamente contaba con 1 estudiante.

7 Cabe consignar aquí otra publicación que es impulsada por algunos docentes, titulados y egresados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UMSA, “Comunicólogos Bolivia”, que se edita desde 2013, pero que todavía no alcanzó regularidad ni los estándares requeridos en una revista académica.

variadas deficiencias en términos de concepción, estructura y escritura académicas⁸.

En materia de producción bibliográfica basada en resultados de investigación los datos siguen sin ser alentadores: sólo alrededor del 15% de los 214 títulos publicados sobre Comunicación entre 2001 y 2015 correspondieron a esa categoría⁹.

Pese a que las tesis de grado del nivel de licenciatura continúan como la más importante expresión de la investigación comunicacional boliviana en función de su número, ellas todavía arrastran dificultades en el manejo de los aspectos teóricos y metodológicos que ya fueron advertidas desde hace buen tiempo (véase Torrico, 1992, 1997, 1999 y 2005). Y los buenos productos que igualmente es posible hallar entre estos trabajos de titulación, aunque escasos en cantidad, no llegan a ser divulgados, pues por lo regular las universidades no apoyan la publicación institucional de los mismos¹⁰.

En cuanto a la situación de la enseñanza de la investigación, buena parte de las Carreras universitarias no incluyen en sus programas de estudio un eje dedicado a esta área y suelen consignar un mínimo de materias que pueden ayudar a la concepción y elaboración de los trabajos de titulación, mas los programas utilizados en varias de estas asignaturas presentan problemas de inconsistencia y poca pertinencia¹¹.

⁸ Sobre algunas de estas características, se puede consultar el artículo de Ana Karina Vega (2012).

⁹ Cfr. Torrico (2017:107).

¹⁰ La excepción a esta falta de promoción la ha comenzado a marcar la UCB de La Paz que inició en 2015 un plan de publicación anual de la mejor tesis de grado con apoyo de la Fundación Konrad Adenauer, de Alemania.

¹¹ Véase sobre estos aspectos la evaluación general sobre el estado de la investigación comunicacional en las universidades bolivianas hecha por Carlos Camacho (pp. 11-27) y los ya mencionados diagnósticos relativos a la situación de la enseñanza de esta materia en las Carreras de 4 ciudades contenidos en Torrico (2005).

Ello conduce a que el interés estudiantil por la actividad investigativa no sea estimulado ni se desarrolle, hecho que a su vez se manifiesta en la mayoritaria preferencia de los alumnos por modalidades de titulación distintas a la tesis de grado, que en realidad es la única que puede producir algún nuevo conocimiento fundado sobre el área. En diferentes casos se da igualmente un contrasentido en centros universitarios que obligan a sus estudiantes mejor calificados para afrontar un trabajo de investigación a que se titulen “por excelencia” (haciendo prevalecer sus altos promedios en notas), lo cual les exime de la realización de una indagación académica sistemática y priva a la comunidad de la especialidad de un posible aporte intelectual de valía.

En consecuencia, si hay avances en el terreno investigativo de la Comunicación en el país en comparación con la situación previa a la década de 2000, son atribuibles ante todo a la intervención de las “entidades auspiciadoras” –principalmente de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación, ABOIC, reconstituida en 1999– y de algunos autores individuales¹². En otras palabras, es en el ámbito extra-universitario donde tienen lugar las acciones más significativas y que han permitido que en los últimos años Bolivia, a pesar de sus condiciones, esté considerada en un sitio de privilegio en el contexto de la investigación comunicacional latinoamericana.

Con lo brevemente expuesto en los párrafos precedentes se puede tener un cuadro de las limitaciones y necesidades que enfrenta la investigación boliviana de la Comunicación en materia de formación de recursos humanos, respaldo financiero, institucionalidad académica, producción intelectual, divulgación y reconocimiento académico, todo lo cual afecta negativamente su afianzamiento y legitimación, además de que restringe su potencial de contribución a la generación de conocimiento socialmente útil.

¹² Cfr. al respecto la investigación de Pinto (2015).

Esta situación hace urgente una deliberada y sistemática intervención desde la universidad, que necesita llevar adelante programas de capacitación extra-curricular docente y estudiantil, al igual que producir materiales formativos y de orientación en el ámbito investigativo.

Confusiones y desconocimientos, además de carencias

Pero, además de las carencias ya señaladas, la investigación comunicacional académica enfrenta también otros obstáculos.

Entre las confusiones que existen sobre el particular se destacan las que provienen de percepciones contrapuestas sobre el campo de estudios de la Comunicación que, para no pocos, sólo puede aspirar a efectuar puntuales investigaciones aplicadas, esto es, diagnósticos útiles a los fines prácticos de los emisores sobre todo en acciones de difusión u organizacionales, en tanto que para otros es asimilable a una “ciencia” en el sentido moderno y positivista del término, sea en versión conservadora como en la que se considera “crítica”. A ello se suma –incluso en el plano de la misma docencia– la reiterada como errada indiferenciación que suele presentarse entre “investigación comunicacional” y “periodismo de investigación”. Todo esto permite advertir que lo que se tiene en la base es una infravaloración de la potencialidad y la especificidad que el campo posee para la realización de estudios fundados en la lógica científica, a la par que una incompreensión de su índole y sus alcances.

Asimismo, existen desconocimientos de diverso tipo. Van desde la falta de consideración académica de que es objeto la especialidad por parte de representantes de otras áreas del conocimiento e inclusive de algunos que pertenecen a ella, que la toman como una rama puramente práctica e incapaz de cualquier reflexión abstracta, hasta marcadas carencias en la preparación intelectual y metodológica de los profesionales del campo.

Respecto a esto último cabe retomar el problema de la formación, caracterizado por un conjunto de indefiniciones, insuficiencias y

limitaciones que desde hace mucho vienen siendo arrastradas en los centros universitarios tanto públicos como privados a pesar de todo lo que se ha conseguido avanzar en el plano extra-universitario fundamentalmente con el accionar de la ABOIC.

En ese sentido, las principales líneas de evaluación y/o cuestionamiento planteadas sobre la situación de la investigación comunicacional boliviana en los trabajos de Beltrán y Otros (1990), Torrico (1992, 1997, 1998 y 2000), el Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación (CIBEC, 1997) o Beltrán (2000) continúan siendo válidas pues, lamentablemente, problemas estructurales como la falta de priorización de la producción intelectual y de los recursos humanos y materiales para ella no registraron cambios de importancia en las últimas tres décadas.

Pero esta temática, además, no ha llegado a constituirse en un asunto de preocupación en la academia, como debería serlo. Esto se manifiesta en la escasa indagación efectuada al respecto; es decir, que todavía no se dispone de un suficiente número de materiales meta-investigativos que hagan un seguimiento del estado de la situación y sugieran salidas factibles para las dificultades y carencias. No obstante, los pocos trabajos que han sido producidos entre 1999 y 2017¹³ complementan el análisis de aquellos señalados en el párrafo precedente y ante todo permiten tener una mirada crítica acerca de la (in)acción de las universidades, tanto de las pertenecientes al sistema público como de las del ámbito privado, que además representan a la mayoría.

Consiguientemente, la investigación que se efectuó para elaborar la presente guía partió de diagnosticar el estado actual de la enseñanza de la investigación comunicacional en las universidades públicas y privadas de las ciudades de La Paz y El Alto a fin de organizar y

¹³ Véase Bellini (1999), Pinto y Torrico (2003), Torrico (2005), López (2005), Pinto (2015) y Meneses (2017).

proponer, con esa base informativa, un *repertorio estratégico*¹⁴ utilizable por docentes y estudiantes universitarios en el proceso de formación para la investigación especializada en Comunicación.

Una tarea necesaria

El panorama arriba descrito confirma una doble necesidad: de un lado, la de potenciar el campo académico de la Comunicación en el país mediante la generación de conocimiento especializado y, de otro, la de desarrollar acciones, o mejor aún planes o programas concretos y regulares, para formar los recursos humanos calificados que ese propósito requiere.

Sin duda, el de la universidad es el espacio más indicado para ello, pues le corresponde apuntalar su función productora de saberes.

En tal sentido, que se pueda contar con un texto de orientación teórico-metodológica dirigido al personal docente y a los estudiantes universitarios relacionados con la investigación comunicacional constituye un paso básico para avanzar en la dirección planteada.

Objeto de estudio¹⁵

Por las características de la investigación que sirvió de base para esta propuesta, el objeto de estudio se desdobló en dos componentes (y momentos) centrales:

¹⁴ Esto se refiere a un conjunto sistematizado de los elementos teóricos y metodológicos fundamentales que todo investigador de la Comunicación o comunicólogo debe tener en su bagaje de conocimientos y destrezas a la hora de diseñar, ejecutar, exponer o evaluar un trabajo de investigación en la especialidad.

¹⁵ Frente al reduccionismo positivista que suele sufrir esta noción, que nada más la equipara a una “cosa”, conviene aclarar acá que se entiende por tal –objeto de estudio, objeto de conocimiento u objeto científico– la unidad observable que no tiene un status ontológico (un ser “real” con el que el investigador se encuentra en el mundo) sino que es un constructo intelectual que por lo general combina una parte conceptual con otra de existencia concreta,

- 1) *La situación actual de la enseñanza y la práctica de la investigación comunicacional en las Carreras de Comunicación de las ciudades de La Paz y El Alto desde los programas de estudio y docentes de la especialidad en 2018.*
- 2) *Los contenidos teórico-metodológicos fundamentales de un repertorio estratégico para enseñar, planificar y ejecutar procesos de investigación en el campo de la Comunicación.*

En el primer caso, se levantó un diagnóstico de lo que se está enseñando sobre investigación comunicacional en las 11 Carreras universitarias que funcionan a la fecha en las ciudades de La Paz y El Alto¹⁶, las estrategias didácticas utilizadas, la bibliografía de referencia y las prácticas que son llevadas a cabo. Este estudio comprendió, igualmente, el análisis de una muestra de los programas de las asignaturas relacionadas con el tema de interés y el recojo de datos, criterios y percepciones de un grupo de docentes respecto de la situación de la formación en investigación de la Comunicación en las Carreras ya mencionadas.

En el segundo, a partir de un estudio de bibliografía y documentación especializada, se estructuró y desarrolló una guía para docentes y estudiantes universitarios que comprende las herramientas teóricas y metodológicas consideradas principales para la planificación, ejecución y evaluación de procesos de investigación en el área comunicacional.

Por tanto, el componente inicial posibilitó la información y las reflexiones necesarias para encarar, en el segundo, la elaboración de

que es definido en función de una problemática teórica (Bourdieu y Otros, 1987) y cuya aprehensión abstracta se la puede hacer sólo desde un marco analítico como con el apoyo de determinados datos. El objeto de estudio es un "sistema de relaciones expresamente construido" (Vieytes, 2004:15) que se refiere a un fenómeno formal o fáctico que interesa investigar.

¹⁶ Se trata de estas universidades: Mayor de San Andrés, Católica Boliviana, Pública de El Alto, Privada Boliviana, San Francisco de Asís, Nuestra Señora de La Paz, De Aquino Bolivia, Loyola, Franz Tamayo, Real y del Valle.

una guía docente-estudiantil que se espera sea un escrito orientador de referencia.

Problema de investigación

La investigación desarrollada se guió por estas dos preguntas centrales:

- *¿Cuál es la situación actual de la enseñanza y la práctica de la investigación comunicacional en las Carreras de Comunicación de las ciudades de La Paz y El Alto?*
- *¿De qué repertorios estratégicos se dispone en la investigación comunicacional y cómo pueden ser sistematizados en una guía útil para docentes y estudiantes universitarios?*

Estas interrogantes marcan las dos etapas que comprendió la indagación aquí propuesta: el diagnóstico y la elaboración del repertorio estratégico (la guía).

Objetivos

El objetivo general del estudio efectuado fue el siguiente:

- Elaborar, a partir de un diagnóstico de la formación universitaria para la investigación comunicacional en las ciudades de La Paz y El Alto, una guía teórico-metodológica destinada a docentes y estudiantes de las Carreras de Comunicación.

Y los objetivos particulares fueron éstos:

- Caracterizar la situación de la enseñanza de la investigación comunicacional en las Carreras de Comunicación de las ciudades de La Paz y El Alto mediante el análisis de programas de estudio y entrevistas a docentes.

- Definir el campo académico de la Comunicación, la investigación comunicacional y las particularidades de su cientificidad dando cuenta, a la vez, de su desarrollo histórico.
- Establecer las diferencias entre tradición, escuela y comunidad académica y sistematizar las principales corrientes teóricas de la especialidad.
- Sustentar la noción y la composición de un repertorio estratégico para investigar la comunicación.
- Estructurar y sistematizar un repertorio estratégico que implique los abordajes teóricos, las opciones metodológicas y los procedimientos de recojo de información principales aplicables en la investigación comunicacional.

Estrategia metódico-técnica

La investigación de base llevada a cabo tuvo carácter documental y cualitativo. Para su realización fueron aplicados los siguientes pasos metodológicos:

- Recopilación y análisis de los currículos generales de las Carreras de Comunicación de las Universidades paceñas y de El Alto comprendidas en el estudio.
- Identificación de las asignaturas directamente relacionadas con la Investigación Comunicacional así como de las que le son instrumentales en los programas de estudio de las Carreras de Comunicación de las Universidades paceñas y de El Alto comprendidas en el estudio.
- Análisis de los objetivos, contenidos mínimos, teorías y metodologías que son enseñadas, estrategias didácticas empleadas por los docentes, trabajos prácticos previstos, formas de evaluación y bibliografía utilizada en los programas de estudio.
- Entrevistas a una muestra intencional de catedráticos universitarios responsables de las materias relacionadas con el

área de Investigación Comunicacional en las Carreras que serán estudiadas.

La observación de documentos¹⁷ constituyó la técnica principal de la investigación, pues fue la que proveyó de insumos indispensables para la aplicación de la otra técnica, la entrevista, que aportó la perspectiva de los docentes, actores directamente involucrados en el proceso formativo.

La etapa posterior, correspondiente a la elaboración de la guía, se asentó en una exhaustiva como selectiva labor de observación y análisis de bibliografía especializada accesible, misma que posibilitó la construcción del repertorio estratégico (teórico-metodológico) que se sistematizó de manera crítica como producto final.

Participación estudiantil

La investigación fue ejecutada con el concurso de un grupo conformado por cinco estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación que fueron seleccionados mediante convocatoria y en función del cumplimiento de los siguientes requisitos: estar cursando el 4° o el 5° años de la Carrera, tener capacidad de lectura crítica, nivel de suficiencia en redacción y ortografía, así como capacidad de búsqueda y sistematización de datos, soltura para la comunicación oral, así como competencia para entrevistar y trabajar bajo presión. Los postulantes también rindieron una prueba escrita de conocimientos.

Los estudiantes participaron activamente en las diferentes fases del proceso de investigación: recopilación, análisis, sistematización e interpretación de la información necesaria.

17 Estos documentos serán los programas de las asignaturas, que tendrán el carácter de fuentes primarias.

2. PANORAMA DIAGNÓSTICO DE LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA PARA LA INVESTIGACIÓN COMUNICACIONAL EN LA PAZ Y EL ALTO

Para 2018 se tiene 11 universidades que ofrecen la Carrera de Comunicación –con diferentes denominativos– en las ciudades de La Paz y El Alto. Dos de ellas (18%) pertenecen al sistema público y son las únicas, además en el país, que crearon institutos dedicados a la investigación especializada, aunque solamente la Universidad Mayor de San Andrés ha mantenido la regularidad de las actividades de ese espacio que inauguró en la gestión 2013:

Ciudad	Universidad	Carrera	Instituto de investigación
La Paz	Universidad Mayor de San Andrés	Ciencias de la Comunicación	Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción Social en Comunicación
	Universidad San Francisco de Asís	Comunicación Social	
	Universidad del Valle	Comunicación y Medios Digitales	
	Universidad Privada Boliviana	Comunicación Corporativa	
	Universidad Nuestra Señora de La Paz	Comunicación Publicitaria	
	Universidad Real	Comunicación Audiovisual	
	Universidad Católica Boliviana “San Pablo”	Comunicación Social	
	Universidad Aquino Bolivia	Comunicación	
	Universidad Loyola	Comunicación Social	
	Universidad Franz Tamayo	Periodismo	
El Alto	Universidad Pública de El Alto	Comunicación Social	Instituto de Investigación en Comunicación

Elaboración propia.

Este conjunto de Carreras que congrega actualmente a cerca de 6.000 estudiantes y alrededor de 200 catedráticos muestra una tendencia a abandonar la tradicional formación de orientación generalista: hoy las especializaciones constituyen ya el 45% de la oferta académica.

La investigación en los programas de las Carreras

Un dato relevante para lo que aquí interesa es que los programas de estudio de estas Carreras, en términos cuantitativos, consignan una significativa presencia de asignaturas directa o indirectamente relacionadas con el área investigativa. Véase los cuadros a continuación con el registro correspondiente:

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS Carrera de Ciencias de la Comunicación	
PRIMER AÑO	
1	Teoría y Práctica de la Comunicación I
2	Introducción a la Investigación
SEGUNDO AÑO	
3	Teorías Sociológicas
4	Teoría y Práctica de la Comunicación II
5	Epistemología y Lógica
TERCER AÑO	
6	Investigación de la Realidad Comunicacional Boliviana
7	Métodos de Investigación
CUARTO AÑO	
8	Teoría y Análisis de los Lenguajes
9	Investigación en la Comunicación
QUINTO AÑO	
10	Tesis de Grado
11	Proyecto de Grado
12	Trabajo Dirigido
13	Estadística

Elaboración propia.

UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA “SAN PABLO” Carrera de Comunicación Social	
1ER. SEMESTRE	
1	Introducción a la Comunicación
2DO. SEMESTRE	
2	Introducción a las Ciencias Sociales
3	Taller de Actualidad I
3ER. SEMESTRE	
4	Comunicación y Teorías del Desarrollo
5	Teoría Social Contemporánea
4TO. SEMESTRE	
6	Teoría Social y de la Comunicación
5TO. SEMESTRE	
7	Teoría Social y de la Cultura
6TO. SEMESTRE	
8	Taller de Actualidad II
7MO. SEMESTRE	
9	Lógica Investigativa
8VO. SEMESTRE	
10	Interacción Profesional
11	Seminario de Grado I
9NO. SEMESTRE	
12	Seminario de Grado II

Elaboración propia.

UNIVERSIDAD DE AQUINO BOLIVIA Carrera de Comunicación	
1ER. SEMESTRE	
1	Metodología de la Investigación Científica I
2	Filosofía
3	Análisis de los Medios de Información y Difusión Masiva I

2DO. SEMESTRE	
4	Metodología de la Investigación Científica II
5	Introducción a la Teoría de la Comunicación
6	Comunicación Interpersonal
7	Análisis de los Medios de Información y Difusión Masiva II
3ER. SEMESTRE	
8	Metodología de la Investigación Científica III
9	Teoría y Prácticas de la Comunicación
10	Sociología General
4TO. SEMESTRE	
11	Estadística
5TO. SEMESTRE	
12	Principios de Economía y Concepciones del Desarrollo
13	Semiótica I
6TO. SEMESTRE	
14	Semiótica II
15	Teoría de la Cultura
7MO. SEMESTRE	
16	Elementos de Semiología
17	Sociología de la Comunicación en América Latina
9NO. SEMESTRE	
18	Seminario de Titulación I
10MO. SEMESTRE	
19	Seminario de Titulación II

Elaboración propia.

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE ASÍS
Carrera de Comunicación Social

1ER. SEMESTRE

1	Sociología
---	------------

2DO. SEMESTRE	
2	Desarrollo del Pensamiento Lógico y Creativo
3	Teoría de la Comunicación I
3ER. SEMESTRE	
4	Técnicas y Diseño de Investigación Cuantitativa
4TO. SEMESTRE	
5	Técnicas y Diseño de Investigación Cualitativa
6	Teoría de la Comunicación II
7	Estadística Aplicada
5TO. SEMESTRE	
8	Teoría de la Comunicación III
6TO. SEMESTRE	
9	Investigación Especializada
7MO. SEMESTRE	
10	Investigación de Mercado
11	Seminario de Grado I
8VO. SEMESTRE	
12	Seminario de Grado II

Elaboración propia.

UNIVERSIDAD DEL VALLE	
Carrera de Comunicación y Medios Digitales	
1er. SEMESTRE	
1	Procesos Comunicacionales
2	Introducción a Comunicación y Medios Digitales
2do. SEMESTRE	
3	Comunicación Interpersonal
3er. SEMESTRE	
4	Sociología
5to. SEMESTRE	
5	Metodología de Investigación
6	Comunicación y Desarrollo

7mo. SEMESTRE

7	Proyecto Integrador de Conocimientos
---	--------------------------------------

8vo SEMESTRE

8	Seminario de Modalidad de Titulación
---	--------------------------------------

Elaboración propia.

**UNIVERSIDAD PRIVADA BOLIVIANA
Carrera de Comunicación Corporativa**

2DO. SEMESTRE

1	Estadística
---	-------------

2	Sociología
---	------------

3	Teoría de la Comunicación I
---	-----------------------------

3ER. SEMESTRE

4	Demografía
---	------------

5	Teoría de la Comunicación II
---	------------------------------

6	Teoría de Signos
---	------------------

4TO. SEMESTRE

7	Investigación de Mercados
---	---------------------------

8	Teoría de la Comunicación III
---	-------------------------------

6TO. SEMESTRE

9	Análisis de Discurso
---	----------------------

10	Métodos y Técnicas de Investigación
----	-------------------------------------

7MO. SEMESTRE

11	Investigación para Comunicación
----	---------------------------------

8VO. SEMESTRE

12	Seminario de Grado
----	--------------------

Elaboración propia.

**UNIVERSIDAD NUESTRA SEÑORA DE LA PAZ
Carrera de Comunicación Publicitaria**

1	Sociología
---	------------

2	Teoría de la Comunicación
---	---------------------------

3	Estadística social
4	Semiología
5	Métodos de Investigación
6	Investigación en Medios
7	Sociología de la Comunicación
8	Semiótica del Texto
9	Semiótica de las Imágenes
10	Filosofía
11	Seminario de Grado

Elaboración propia.

UNIVERSIDAD REAL	
Carrera de Comunicación Audiovisual	
1er SEMESTRE	
1	Introducción a la Sociología
2	Métodos y Técnicas de Estudio
3	Introducción a la Comunicación
2do. SEMESTRE	
4	Teorías de la Comunicación
5	Lingüística y Comunicación, semiología y semiótica
6	Estadística Social
7mo. SEMESTRE	
7	Seminario de Grado I
8vo. SEMESTRE	
8	Seminario de Grado II

Elaboración propia.

UNIVERSIDAD FRANZ TAMAYO	
Carrera de Periodismo	
1ER. SEMESTRE	
1	Investigación Cuantitativa
2	Teorías de la Comunicación de Masas

3	Sociología y Comunicación
2DO. SEMESTRE	
4	Investigación Cualitativa
5	Ciencia Política
3ER. SEMESTRE	
6	Investigación Bibliográfica de Archivos y Web
7	Historia Crítica Mundial Contemporánea
4TO. SEMESTRE	
8	Filosofía Contemporánea
9	Historia Crítica Latinoamericana
5TO. SEMESTRE	
10	Periodismo de Investigación I
11	Economía Política
12	Historia de Bolivia I
6TO. SEMESTRE	
13	Periodismo de Investigación II
14	Estudios Culturales
15	Historia de Bolivia II
7MO. SEMESTRE	
16	Taller de Tesis
8VO. SEMESTRE	
17	Taller de Grado

Elaboración propia.

UNIVERSIDAD LOYOLA	
Carrera de Comunicación Social	
SEGUNDO AÑO	
1	Teoría Comunicacional I
2	Teoría Comunicacional II
3	Sociología Comunicacional I
4	Sociología Comunicacional II

TERCER AÑO	
5	Teoría Comunicacional III
6	Teoría Comunicacional IV
CUARTO AÑO	
7	Modalidad de Graduación I
8	Modalidad de Graduación II

Elaboración propia.

UNIVERSIDAD PÚBLICA DE EL ALTO Carrera de Ciencias de la Comunicación Social	
PRIMER AÑO	
1	Teoría y Práctica de la Comunicación I
2	Introducción a la Investigación
SEGUNDO AÑO	
3	Teoría y Práctica de la Comunicación II
4	Teorías Sociológicas
5	Epistemología y Lógica
6	Taller de Estadística Social
7	Taller de Metodología de la Investigación
TERCER AÑO	
8	Investigación de la Realidad Comunicacional Boliviana
9	Taller de Investigación y Elaboración de Proyectos
CUARTO AÑO	
10	Taller de Análisis de los Lenguajes
11	Taller de Grado I
QUINTO AÑO	
12	Taller de Grado II
13	Tesis
14	Trabajo Dirigido
15	Proyecto de Grado

Elaboración propia.

Como se ve, las asignaturas seleccionadas incluyen, por una parte, aquellas que son explícitamente metodológicas o preparatorias para los trabajos de titulación (que pueden ser de investigación, de intervención o incluso de casi repetición memorística¹⁸), y, por otra, las que más bien son instrumentales o complementarias: sean de sustentación teórica o de contextualización histórico-social.

En general, y en cifras, la presencia de asignaturas relacionadas con la investigación en las Carreras examinadas, como ya se dijo, no es desdeñable, pues alcanza en promedio al 23.4%:

UNIVERSIDAD	N° DE ASIGNATURAS POR CARRERA	N° DE ASIGNATURAS RELATIVAS A LA INVESTIGACIÓN	%
Universidad Mayor de San Andrés	61	13	21.3
Universidad Pública de El Alto	36	15	41.6
Universidad Católica Boliviana San Pablo	46	12	26.08
Universidad de Aquino Bolivia	49	19	38.7
Universidad San Francisco de Asís	55	12	21.8
Universidad del Valle	48	8	16.6
Universidad Privada Boliviana	67	12	17.9
Universidad Nuestra Señora de La Paz	56	11	19.6
Universidad Real	55	8	14.5
Universidad Franz Tamayo	49	17	34.6
Universidad Loyola	50	8	16
TOTAL	572	134	23.4

Elaboración propia.

¹⁸ Esto se refiere, de manera respectiva, a las modalidades de tesis de grado, proyecto de grado y examen de grado, que son las comúnmente aceptadas y aplicadas en las universidades del país.

Sin embargo, esa importancia relativa cambia si sólo se considera las asignaturas que tratan expresamente del proceso de investigación, los métodos y las técnicas de la investigación científica, la investigación comunicacional o los pasos de preparación de un trabajo de titulación. En este caso, en número, llegan a 57, con lo que su participación general en los programas de estudio disminuye al 9.9%, lo cual significa que el 13.5% restante del total porcentual antes mencionado está más bien integrado por asignaturas instrumentales o complementarias.

Además, de esas 57, sólo 6 (10.5%) se ocupan en concreto de la investigación comunicacional, mientras que los contenidos de 49 de ellas (85.9%) conciernen a aspectos metodológicos en general. Nada más hay 2 asignaturas (3.5%), en las universidades públicas, vinculadas a la investigación comunicacional en o sobre Bolivia. Y no figura ni una sola asignatura que esté dedicada al conocimiento de la investigación internacional y latinoamericana de la Comunicación como tampoco existe alguna que se centre en la escritura académica.

Se puede advertir, por tanto, pese a que los programas de estudio de las Carreras examinadas comprenden una cantidad destacable de asignaturas vinculadas con el campo de la investigación, que son todavía escasas las que pueden considerarse especializadas en Comunicación.

La investigación y su enseñanza desde la perspectiva docente

A fin de conocer la perspectiva de los docentes del área sobre la enseñanza actual de la investigación en la universidad se entrevistó a un grupo de catedráticos de 6 de las 11 Carreras de Comunicación existentes en las ciudades de La Paz y El Alto¹⁹. El 70% de los entrevistados tiene licenciatura en Comunicación y estudios de posgrado. Estos

¹⁹ Véase la nómina respectiva al final de las **Fuentes consultadas**. El cuestionario utilizado se encuentra en el *Anexo 1*.

profesionales son responsables de las siguientes asignaturas: Métodos de Investigación, Investigación Cualitativa, Investigación Cuantitativa, Planificación y Políticas de Comunicación, Sociología, Investigación de la Realidad Comunicacional Boliviana, Proyecto de Grado y Tesis de Grado.

En las entrevistas, remarcaron unánimemente la importancia de la investigación en la formación universitaria y para el posterior ejercicio profesional de los titulados; sin embargo, la mayoría coincidió también en indicar que las universidades –y en este caso, las Carreras de Comunicación– aún no otorgan a la investigación el sitio que le debe corresponder en los programas de estudio, las actividades y los presupuestos, todo lo cual fue considerado un conjunto de “condiciones estructurales limitantes”.

Por ello, en un escenario tal, hubo docentes que pusieron de relieve la existencia y el desempeño del instituto de investigación con que cuenta la Carrera en la Universidad Mayor de San Andrés, aunque igualmente algunos manifestaron que persiste la necesidad de incorporar ajustes pertinentes en la malla curricular o que, pese a lo avanzado, “la Carrera no tiene una política clara que le otorgue un lugar de importancia” a la investigación.

En líneas generales, las entrevistas mostraron que los contenidos de la enseñanza se centran en tres grandes ámbitos: (i) los conceptos, enfoques y técnicas de la investigación científica social, (ii) los conceptos y la trayectoria de la investigación comunicacional propiamente dicha y (iii) la planificación y preparación de proyectos investigativos.

Los objetivos docentes que se reiteraron –esto es, lo que los docentes esperan lograr con sus estudiantes– fueron la comprensión de conceptos y el manejo terminológico apropiado, el conocimiento de los métodos y técnicas, la capacidad para plantear un proyecto o la habilidad para

seleccionar y aplicar técnicas, pero asimismo fueron planteados otros referidos a salvar los vacíos teóricos, metodológicos y de lectura que arrastran los alumnos, desarrollar capacidades para la escritura académica, alentar actitudes favorables a la investigación o llevar a cabo investigaciones de corto alcance.

Casi todos los entrevistados indicaron que desarrollan sus cursos a partir de ofrecer explicaciones conceptuales y procedimentales a la vez que buscan promover la participación y la práctica. En torno a esto último, en la mayor parte de los casos dijeron que trabajan con la formulación de proyectos de investigación que en ocasiones, además, llegan a ser ejecutados e incluso finalmente expuestos. Las asignaturas dedicadas a la preparación de proyectos para la titulación se concentran en la orientación y el seguimiento individualizados.

Como modalidades de valoración del desempeño estudiantil utilizadas más frecuentemente los docentes mencionaron las siguientes: asistencia a clases y puntualidad, controles escritos de lectura, exposiciones y discusiones en clase, búsquedas bibliográficas, exámenes conceptuales, formulación de proyectos de investigación, elaboración de diagnósticos, realización de análisis de coyuntura, definición de marcos conceptuales, elaboración de estados del arte, ejecución de investigaciones grupales, preparación y exposición de informes y aun autoevaluaciones.

Los entrevistados afirmaron en general que actualizan regularmente los contenidos de sus programas de enseñanza así como sus bibliografías de referencia, sea por decisión propia o porque así lo establecen las reglas de las universidades, hecho que puede hacer variar el plazo para introducir modificaciones entre 1 y 5 años.

Fue particularmente llamativo hallar en las respuestas obtenidas una doble y coincidente observación: por una parte, los docentes advierten que los programas generales de las Carreras no organizan las asignaturas

referidas a investigación en secuencias coherentes; por otra, como responsables de las mismas, declaran no estar normalmente al tanto de lo que se avanza y hace en otras asignaturas del área.

Añadieron que en ciertos casos hay contenidos más o menos densos que son presentados muy tempranamente, cuando los estudiantes todavía no disponen de los suficientes elementos para comprenderlos y asimilarlos. Otro problema puntualizado en las entrevistas fue el de la diversidad de los modos de entender y explicar la investigación, vista ante todo desde las tradiciones sociológica, antropológica o política y con escasa especificidad para el abordaje de temas y objetos comunicacionales. Por último, la discontinuidad de las asignaturas –que en algunas Carreras se tiende a concentrarlas en los primeros cursos y luego se las hace reaparecer en la etapa final de los estudios– fue igualmente identificada como un obstáculo para la consecución de resultados superiores en el desarrollo de competencias para investigar.

Para los docentes entrevistados, sus asignaturas contribuyen con conocimientos y prácticas útiles para que los estudiantes se interesen por la investigación, puedan conducirse en ella y se sientan motivados para emprenderla, en particular en lo que respecta a los trabajos de titulación. Esto implica, dijeron, que los alumnos conozcan las principales herramientas investigativas, tengan capacidad para problematizarse frente a la realidad y observarla con rigor, así como mejoren sus habilidades de lectura y expresión. El horizonte planteado por los docentes en sus respuestas a las entrevistas es el de enseñar a investigar, pero no el de formar investigadores.

El insuficiente respaldo institucional de las universidades para potenciar las capacidades investigadoras de los propios docentes fue referido por algunos de los docentes, quienes también sugirieron que debiera haber políticas, programas o estrategias en este sentido a fin de que esta “capacitación” o “fortalecimiento académico” deje de ser una tarea puramente individual y de que la investigación en las Carreras

no sea relegada a “un segundo plano”. En este sentido, algunos de los entrevistados destacaron la iniciativa llevada adelante en 2018 por el IpiCom para brindar actualización a los docentes en materia de investigación en la Universidad Mayor de San Andrés y propusieron que sea parte de una acción recurrente²⁰.

La investigación, necesaria pero escasa aún

Del examen de las asignaturas comprendidas en los programas de estudio y de los criterios vertidos por los docentes que accedieron a ser entrevistados es dable concluir lo siguiente:

- 1) La investigación es considerada muy importante y hasta necesaria en la formación universitaria de los profesionales de la Comunicación, pero no recibe la atención ni el apoyo institucionales suficientes.
- 2) En los programas generales de estudio de las Carreras del área se tiene un conjunto relevante de asignaturas relacionadas directa o indirectamente con la investigación comunicacional, mas son muy pocas las que tratan esta materia de forma efectiva.
- 3) Los contenidos de las asignaturas dedicadas a la enseñanza de la investigación en las Carreras se refieren predominantemente a los procesos y procedimientos de investigación de lo social, con reducida particularización para el estudio y conocimiento de procesos comunicacionales.
- 4) La orientación que prevalece en las asignaturas relativas a la investigación es la de capacitar a los estudiantes para que puedan afrontar metodológicamente la realización de determinados trabajos de investigación, ante todo los de titulación, y no se contempla en ellas como tampoco en las estructuras curriculares

²⁰ “Creo que se debe continuar con eso y sería bueno que los docentes tengan mayor capacitación, porque hay una queja de los alumnos respecto a estas materias. En algunos casos, algunos docentes están enseñando investigación sin haber tenido la práctica de la investigación”, señaló textualmente una de las entrevistadas.

de las Carreras el propósito más amplio de la formación de investigadores.

Consiguientemente, se mantiene la carencia común de lineamientos que permitan asumir la investigación científica tanto en su especificidad como en su transversalidad en la preparación de los recursos humanos para la Comunicación.

Las Carreras universitarias de la especialidad tienen que crear las condiciones y los espacios para superar ese vacío y desarrollar el potencial investigativo de este campo de conocimiento, pues hasta ahora no han participado en su construcción como podrían y debieran hacerlo.

3. UNA PEDAGOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque teórico en que se basa la propuesta de *repertorio estratégico* aquí presentada es la de la **pedagogía de la investigación**, que trata de los modos en que se puede cultivar, dentro del sistema universitario o incluso en otros espacios no escolarizados, los conocimientos, disposiciones y capacidades que son necesarios para llevar adelante procesos sistemáticos de indagación sobre fenómenos de la realidad –en este caso de la realidad comunicacional– con la finalidad de comprenderlos para ofrecer explicaciones o interpretaciones al respecto como también para diseñar acciones de intervención.

En todo caso, hablar de formación no implica necesariamente pensar en que alguien “que sabe” forma de manera unilateral a quien “no sabe”; al contrario, este es un desarrollo tanto personal como dialógico (en comunidad) que consiste en el potenciamiento de saberes, valores, habilidades, actitudes y hábitos, el cual podría incluso darse por iniciativa propia (auto-aprendizaje), aunque siempre se tendrá que recurrir para ello a cierto modelo de referencia u orientación.

De manera común,

La formación en investigación se asocia con una preparación para la práctica de la investigación de tipo técnico-instrumental que se adquiere a partir de inducción, imitación, ayuda, entrenamiento, práctica y certificación para habilitar a los investigadores potenciales en el dominio de métodos y técnicas de investigación en ambientes de trabajo intelectual (López y Schmelkes, 2016:3).

Pero es indispensable agregar a ello la preparación en el dominio teórico. Y es esta justamente una de las preocupaciones centrales de Marta Rizo, quien llama la atención sobre el hecho de que

Las materias orientadas a la enseñanza de las habilidades y aptitudes básicas para la investigación en el campo de la comunicación, y en general en las ciencias sociales, se encuentran vinculadas a ejes formativos centrados en la metodología y en pocas ocasiones se establece un diálogo claro y riguroso entre la formación teórica y la formación metodológica (2016:144).

Un trabajo de investigación no se reduce a la simple aplicación de un “recetario” técnico; es más bien el fruto de la sinergia entre una trama teórica y una estrategia metódica-técnica que hace inteligible un determinado objeto de estudio. De ahí que sea fundamental, en esta pedagogía, que se asuma conscientemente la relación de inter-influencia y condicionamiento recíproco que existe entre teoría y método.

En consecuencia, también en este plano de las definiciones pedagógicas se precisa de una reflexión en torno a la diferencia que existe entre la formación “en” investigación y la formación “para” la investigación. Aquélla, la investigación formativa, brinda capacitación para que el estudiante pueda realizar determinadas investigaciones en diferentes cursos o para titularse, mientras que la última se propone capacitarlo y motivarlo para que se dedique profesionalmente a investigar. Es en este caso en el que la articulación teoría-metodología se hace aún más indispensable y relevante.

El propósito que da sustento a la propuesta acá expuesta está justamente dirigido a la construcción de esta opción profesional, puesto que sólo con una preparación consistente en y desde la universidad se podrá generar e institucionalizar una *cultura investigativa* que, a su vez, haga posible la constante producción intelectual regida por parámetros de calidad

cada vez más exigentes. Mas en el caso de que los procesos formativos no lleguen a desembocar en esta finalidad de profesionalización, la contribución que se pueda hacer será asimismo significativa porque dotará de herramientas de pensamiento crítico a los estudiantes que, una vez egresados, estarán en condiciones de aplicar a cualquier área de su desempeño laboral.

El enfoque teórico aquí adoptado como fundamento tiene implicaciones en lo relativo a las estrategias didácticas²¹ que es dable emplear en los procesos de formación de investigadores, esto es, a la organización planificada de las acciones de enseñanza-aprendizaje que conduzcan al logro de los objetivos buscados en materia de conocimiento y competencias prácticas.

Pedagogía con cinco pilares

La pedagogía de la investigación supone una acción problematizadora que haga posible la formación de sujetos reflexivos, críticos, creativos y con autonomía (Cabrera y Uribe, 2004:5), es decir, capaces de pensar y actuar por sí mismos.

Para Josep Barnadas, la configuración de ese sentido crítico que ha de distinguir al investigador,

(...) exige el conocimiento más extenso posible de las diferentes posiciones científicas sobre mi determinada materia; exige honda reflexión y ponderación del valor de los argumentos disponibles para sostener una posible interpretación de los datos; exige una labor de interrelación o confrontación de los diferentes aspectos o caras del problema investigado; exige sincera modestia para ser capaz de autocriticar las hipótesis y

²¹ Para el caso boliviano, tienen mucho valor las sugerencias que presentan Orlando Valdez, Klondy Ordóñez, Fabiola Cossío y Carlos Tellería en el libro organizado por Torrico y Pinto (2014). Pero véase también el **Cap. 8** de este documento.

para aceptar y considerar las críticas ajenas; exige honestidad no solamente intelectual sino también moral para librarse de motivaciones subalternas e “inconfesables” o, por lo menos, para poder neutralizar sus efectos deformantes (1977, 35-36).

En consecuencia, esta pedagogía no puede sino ser integral, por lo que no debe limitarse –como ya se dijo– a trabajar los aspectos procedimentales de la investigación, sino que más bien tiene que implicar la identificación y definición de estos cinco pilares para su intervención:

- Para qué se enseña.
- Qué se enseña.
- Cómo se enseña.
- Quién enseña.
- A quién se enseña.

Se trata, en primer término, de tener en mente la preparación de recursos humanos para que sean capaces de obtener información y crear conocimiento pertinente, fundado, riguroso y sistemático. Por tanto, el alcance de esta acción pedagógica es mucho mayor que el del simple o eventual uso de la investigación como un medio para enseñar algo.

Los contenidos de la enseñanza deben superar la casi tradicional fórmula de presentar un conjunto de “verdades” sobre nociones tales como “conocimiento científico”, “ciencia”, “investigación”, “proceso de investigación”, “métodos y técnicas de investigación”, etc., que suele ser meramente discursiva, repetitiva, y estar acompañada de la lectura de material bibliográfico o documental en refuerzo de unos “recetarios” considerados inmodificables y de aplicación estandarizada.

Además de los conceptos fundamentales, que deben ser vistos con sus matices, variaciones e implicaciones epistemológicas, teóricas

y metodológicas²², se necesita incorporar efectivamente el sentido heurístico de la teoría y de la historia en el proceso de conocimiento de la realidad comunicacional (que es siempre social). Pero, ante todo, lo que se va a enseñar es a *hacer investigación*; esto es, a planificar, a ejecutar y a exponer una indagación de naturaleza académica, así como a criticar investigaciones ya hechas. Una clave para todo esto es “enseñar a plantear preguntas investigables” (Sanmartí y Márquez, 2012).

La manera casi escolástica que generalmente asumen los cursos universitarios dedicados a la investigación científica, basados en la presunción de la autoridad casi infalible de quien enseña o de sus fuentes de referencia y que al final de una fase buscan medir “lo aprendido” con pruebas de corte memorístico u otras igualmente acríicas, es otro de los aspectos que han de ser superados. Lo que hace falta, más bien, es un “modelo práctico del aprendizaje del quehacer científico” (Sánchez, 2004:41).

Ahora bien, si lo que se quiere enseñar es a producir conocimiento, quien lo haga debe primero ser productor de conocimiento; o sea, la persona responsable de formar a los futuros investigadores debe conjugar en sí el “oficio de investigador” con el “oficio de pedagogo” (Sánchez, 2000), pues de lo contrario sus posibilidades de éxito serán bastante inciertas. Y a ello tiene que agregarse el ya mencionado componente práctico que requiere la enseñanza de la investigación: todo proceso formativo en este ámbito necesita concluir con la elaboración y presentación de al menos un producto concreto.

Este *aprendizaje con resultados* implica, asimismo, otras tres condiciones: (i) que los cursos sean concebidos y llevados a cabo más bien como talleres con intenso intercambio de experiencias entre participantes, (ii) que se desarrollen en una secuencia en que los conocimientos y las

²² Véase al respecto el artículo de Rizo (2016).

destrezas se vayan profundizando, complementando y perfeccionando, y (iii) que el proceso esté basado en una relación maestro-aprendiz con permanente acompañamiento orientador.

Por último, quien vaya a formarse para ser investigador, para dedicarse a la investigación, habrá de tener, además del talento intelectual necesario (pensamiento propio, sobre todo, así como capacidades de observación, lectura y redacción, entre otros requisitos), una alta motivación y disciplina. El aprendiz ha de reconocerse a sí mismo como un potencial creador de conocimiento.

Una vez más, como también ya fue indicado, se debe tener en cuenta que no es lo mismo formarse “en” investigación que hacerlo “para” la investigación (Cfr. López-Ruiz y Schmelkes, 2015). Así, alguien que solamente investiga para cumplir con un trabajo curricular de curso o para obtener una titulación universitaria –aunque con esa tarea ya integra en su experiencia personal importantes valores, saberes, habilidades y aun actitudes–, no alcanza la dimensión de quien opta por hacer de la investigación su ámbito de vida y desempeño profesional.

La formación de investigadores, por tanto, involucrará normalmente a grupos pequeños cuyos componentes más tarde podrán ser parte de la comunidad científica correspondiente.

Aprender haciendo

Aunque existen diferentes estilos para enseñar y aprender a investigar, hay evidencia mayoritaria de que la asimilación del proceso de conocer, con sus potencialidades, obstáculos y retos, es más fructífera cuando maestros y aprendices afrontan juntos la cotidianidad de una investigación concreta con las definiciones teóricas y las herramientas metodológicas que sean pertinentes.

Ruy Pérez, a propósito de esto se pregunta “¿Cómo se aprende a hacer investigación científica?” (1994:92) e inmediatamente responde:

La investigación científica sólo se aprende haciéndola y viéndola hacer. Se debe convivir con uno o más investigadores activos que le enseñen a uno día con día cómo enfrentarse a los problemas que se van generando en el curso del trabajo. Naturalmente que, entre mejor sea el grupo de científicos al que uno se acerque, mayores serán las probabilidades de aprender mejores maneras de hacer la investigación (ídem).

A su vez, Ricardo Sánchez (2004:41), que se refiere a esta modalidad como una “nueva didáctica”, recomienda que tal acción articule estos ejes estructurantes en la formación de investigadores:

- *Enseñar las prácticas y procesos que integran la generación de conocimientos científicos.*
- *Enseñar todas las operaciones de manera práctica, acudiendo a la capacitación del investigador que se inicia con el ejercicio y el entrenamiento.*
- *Enseñar dichas operaciones por medio del contacto directo e inmediato entre el investigador experimentado y el que se inicia, y esto, dentro de un proyecto institucional de la organización del trabajo académico.*

Cabe decir, coligiendo de lo anterior, que esta labor formativa consiste en una actividad consciente, deliberada y consensuada de *iniciación científica*, esto es, de introducción de uno o más aprendices en los significados y procedimientos del conocimiento científico, paso indispensable para su posterior admisión en el seno de una comunidad académica, la que demanda de sus miembros periódicos, concretos y cada vez más sólidos aportes intelectuales: proyectos de investigación, informes, ponencias, artículos, conferencias, tesis, libros.

La formación de investigadores en el campo de la Comunicación, por ende, precisa de una pedagogía específica que no puede sino ser resultado de la sinergia entre fundamentación teórica, concepción histórica, capacidad de problematización, manejo procedimental, habilidad expresiva y práctica orientada intensiva.

4. LA INVESTIGACIÓN COMUNICACIONAL Y SUS CORRIENTES

Dicho brevemente, la comunicación es el proceso social intencional de (inter)relación significativa entre seres humanos.

Su socialidad proviene al menos de estas cuatro fuentes: emplea indefectiblemente códigos culturales (la comunicación no es natural, se aprende), es condicionada por el contexto social dentro del que ocurre, no puede realizarse si no relaciona siquiera a dos personas y es creadora de tejido social.

Sucede cuando alguien tiene la voluntad de establecer contacto con otra persona mediante algún lenguaje, de forma deliberada.

Ese contacto puede ser unilateral: A se relaciona con B, forma en la que predomina la transmisión de mensajes; pero también puede ser bilateral o multilateral: A y B se relacionan recíprocamente o dentro de un grupo, forma en la que prevalece el intercambio de mensajes, aunque éste nunca llegue a ser equitativo.

Su materia prima son los signos que al ser combinados en función de determinadas reglas de codificación –que se trasladan de una generación a otra a la vez que se renuevan– producen significaciones (en los emisores) y sentidos (en los receptores), es decir, re-presentaciones²³

²³ Se usa el guion de separación/unión para remarcar el sentido de “duplicación de la presencia” que contiene el vocablo representación. La “otra presencia”, el “doble” de algo, es lo que cobra existencia en el plano de la expresión lingüística. Si alguien ve una casa y dice “casa”, el objeto real casa es sustituido por una re-presentación signica “inmaterial” que en ese mismo momento se convierte en su “doble”, pero en el nivel de las abstracciones.

abstractas de hechos, objetos, personas, sentimientos, deseos, lugares, etc. Gracias a esto los humanos pueden expresar sus mundos exterior e interior y entenderse entre sí, esto es, hacerse entender y entender a los otros. De todos modos, si el entendimiento es la finalidad ideal de la comunicación, su polo opuesto es la búsqueda del control del otro o de los otros.

Sólo los seres humanos poseen la capacidad para abstraer, expresarse con abstracciones y comprender las re-presentaciones abstractas.

El espacio abstracto de todas las re-presentaciones significantes conforma la dimensión comunicacional de la realidad social. Y es esta “zona” de lo real la que se hace reconocible para la mirada comunicológica²⁴ que la convierte en su gran objeto de conocimiento.

Entonces, es la comunicación (como proceso) la que es estudiada por la Comunicación o Comunicología (como campo de conocimiento). Puesta esta idea de otra forma cabe afirmar que *el proceso de la comunicación es el objeto de estudio de la Comunicación* y, por lo tanto, su investigación tiene que comprender todos los elementos de ese proceso o, más realistamente, los más que se pueda abarcar en una indagación.

Investigar la comunicación exige, pues, que se considere la interrelación de al menos dos componentes del proceso, sin desvincularlos jamás del contexto social en que se hallan insertos, lo cual requiere, además, que se trabaje con criterio interdisciplinario.

Nueve décadas de historia

A pesar de que la comunicación es un factor constitutivo de lo humano y de lo social, el interés científico por ella ha sido más bien tardío.

²⁴ La Comunicología o simplemente la Comunicación –con mayúscula– es el estudio científico de los procesos comunicacionales.

No fue sino en 1926 cuando surgió el primer estudio de carácter académico relativo a una de las áreas de la zona comunicacional. Fue ese año que el economista estadounidense Harold D. Lasswell defendió su tesis doctoral en Ciencia Política intitulada **Propaganda Technique in the World War**, un análisis cualitativo del contenido de la propaganda bélica que los Estados Unidos de Norteamérica, Inglaterra, Francia y Alemania desplegaron durante la Primera Guerra Mundial y que le permitió formular una teorización sobre las condiciones, los métodos y los resultados de los usos de la sugestión propagandística (Cfr. Lasswell, [1927] 1938).

Tras ese comienzo, los estudios acerca de temas de la comunicación se multiplicarían. Wilbur Schramm, el primer especialista expresamente formado en esta materia, organizó en 1962 una serie de conferencias para el servicio en inglés de la Voz de los Estados Unidos que ofrecieron un panorama de la relevancia que para esos años ya había alcanzado “la investigación de la comunicación humana” en ese país. En esa oportunidad, Schramm hizo un recuento histórico y temático de esta nueva especialidad e identificó a Paul Lazarsfeld, Carl Hovland, Kurt Lewin y al propio Lasswell como los “iniciadores de las investigaciones de la comunicación en los Estados Unidos” (Schramm, 1965:2).

En 1948 Lasswell había propuesto su paradigmático modelo descriptivo del proceso comunicacional fundado en 5 preguntas (“¿Quién, dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto?”)²⁵ que iría a convertirse en la base de la *Mass Communication Research*, la línea principal de los estudios comunicacionales estadounidenses, pero también en referencia teórica internacional con 3 ejes de preocupación: la transmisión o transferencia, el empleo de medios tecnológicos y la influencia.

²⁵ Cfr. de este autor “Estructura y función de la comunicación en la sociedad” en Moragas (1982:192-206).

Luis Ramiro Beltrán sintetizó muy bien, en la noción de “esquema perdurable”, el concepto de comunicación que resultó de las elaboraciones que giraron en torno de la de Lasswell y explicó que

En resumen, la definición tradicional de comunicación es aquella que la describe como el acto o proceso de transmisión de mensajes de fuentes a receptores a través del intercambio de símbolos (pertenecientes a códigos compartidos por ellos) por medio de canales transportadores de señales. En este paradigma clásico, el propósito principal de la comunicación es el intento del comunicador de afectar en una dirección dada el comportamiento del receptor; es decir, producir ciertos efectos sobre la manera de sentir, pensar y actuar del que recibe la comunicación o, en una palabra, persuasión. La retroalimentación se considera instrumental para asegurar el logro de los objetivos del comunicador (2007:18).

Así, entre finales de los años ‘20 y finales de los ‘40 del siglo veinte el espacio académico de la Comunicación quedó configurado con la impronta de la idea lasswelliana de la comunicación y la vocación de la investigación empírica²⁶ aportada por Paul Lazarsfeld, sociólogo, psicólogo y matemático de origen austríaco.

Esas características de la “ciencia de la comunicación humana” (Schramm, 1965) fueron la resultante de las que tenía la sociedad en que se desarrolló. A este respecto, en su clásico artículo “*Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina*”, Beltrán sostiene lo siguiente:

Comprensible y legítimamente, Estados Unidos diseñó y construyó, en filosofía, objeto y método, el tipo de ciencias sociales que corresponden a sus particulares circunstancias estructurales

²⁶ Cfr. Lazarsfeld y Otros ([1944] 1948).

(culturales, económicas y políticas). Ellas eran, eminentemente, ciencias para el ajuste orientadas fundamentalmente a estudiar la conformidad con las necesidades, metas, valores y normas prevalentes del orden social establecido, de tal manera que ayudaran al sistema dirigente a lograr “normalidad” y evitar los comportamientos “desviados” (Beltrán en Moragas, 1982:103).

Frente a ello, también algunos pensadores europeos empezaron a ocuparse de temas relacionados con la comunicación, más allá de los antecedentes reflexivos que Éric Maigret (2005) encuentra en Karl Marx, Alexis de Tocqueville, Émile Durkheim y Max Weber, a quienes este autor atribuye una visión pesimista sobre la Modernidad que entre las décadas de 1920 y 1930 fue recogida por los teóricos críticos de la Escuela de Frankfurt y se tradujo en la noción de “industria cultural”:

La razón por la cual [se] debe criticar los medios masivos, es porque prolongan la dominación capitalista por medio de la información y el entretenimiento, al aportar simulacros de felicidad o de acción soñada (...) (Maigret, 2005:21).

Sin embargo, la crítica frankfurtiana asentada en el método crítico dialéctico no se limitó a denunciar la alienación y la dominación tecnocrática promovida por las modernas sociedades occidentales que “unidimensionalizan al hombre” (Marcuse, 1971), sino que alcanzó también a los totalitarismos de mediados de la pasada centuria: el “socialista” (de la Unión Soviética) y el “nazi-fascista” (de Italia y Alemania). En todos estos casos, los críticos alzaron sus voces contra el deterioro de la condición humana y la degeneración de la cultura.

De esa forma, quedó estructurada una dualidad ya tradicional en la teoría y la investigación comunicacionales, que Lazarsfeld dijo en 1941 que estaba compuesta por los polos *administrativo* (orientado a la gestión eficaz de los procesos comunicacionales) y *crítico* (orientado al cuestionamiento de las consecuencias negativas de tales procesos y hacia la emancipación posible).

En la década de 1960 América Latina se incorporó al análisis teórico de la comunicación con contribuciones provenientes de la Filosofía (Antonio Pasquali), la Pedagogía (Paulo Freire) y la propia Comunicación (Luis Ramiro Beltrán) que pusieron en cuestión el modelo básico de la transmisión y los efectos y sentaron las bases de la *crítica utópica*, que es el sello regional de una *episteme* comunicacional propia que concibe a la comunicación como un hecho humano-social de índole dialógica y cuyo ejercicio debe darse en un marco de derechos, participación y pluralismo²⁷.

Las luchas de los oprimidos contra los sistemas de dominación interna y la resistencia de las naciones del área ante la dependencia externa hicieron parte de los argumentos latinoamericanos esgrimidos en pro de una “comunicación popular alternativa”, de una “comunicación horizontal”²⁸ y de una “comunicología de liberación”²⁹. Estos planteamientos tuvieron incidencia en las demandas para el establecimiento de políticas nacionales de comunicación (otra propuesta de Beltrán hecha en 1974) y de un Nuevo Orden Internacional de la Información y la Comunicación que llegaron a dos de los más importantes espacios intergubernamentales –la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), y el Movimiento de Países No Alineados–, pero que al final fueron desactivadas por los intereses y mecanismos de las potencias del norte occidental.

Apoco más de 90 años de su emergencia, la investigación comunicacional mantiene dos rasgos básicos de lo hasta aquí descrito: la coexistencia de tres corrientes principales de pensamiento y la irresuelta democratización práctica de las comunicaciones.

²⁷ Cfr. Torrico (2016^b).

²⁸ Cfr. Beltrán (2007).

²⁹ Cfr. Beltrán (2000:116) y Torrico (2016^a:93-102).

Esto último hace referencia a que persiste –si es que no se profundizó en las últimas décadas– la tendencia a la concentración de la propiedad sobre los recursos tecnológicos de la comunicación y, por tanto, de los contenidos que ellos canalizan (piénsese, si no, en lo que acontece hoy con la televisión global o las telecomunicaciones). La masificación del uso de la Internet no ha resuelto este problema ni anuncia que lo vaya a hacer.

En cuanto a lo primero, se debe remarcar que esas corrientes son la **pragmática**, de origen estadounidense, orientación empírico-cuantitativa y centrada en las tecnologías y los efectos; la **crítica**, de origen europeo, orientación cualitativa y centrada en las consecuencias negativas de las tecnologías y sus efectos; y la **crítico-utópica**, de origen latinoamericano, orientación cuali-cuantitativa y centrada en el sentido humano y humanizador de la comunicación y sus medios³⁰.

No obstante las diferencias anotadas entre ellas, todas están articuladas en torno a los principios y objetivos de la Modernidad (la linealidad histórica, el progreso, el desarrollo, el valor de la técnica).

Esta homogeneidad epistemológica de fondo y sus consiguientes limitaciones es el foco de la propuesta decolonizadora de la Comunicación, la nueva crítica comunicacional latinoamericana (Cfr. Torrico, 2016^a y Torrico, 2018).

Los investigadores se organizan

Constituido el espacio de conocimiento de la Comunicación, se multiplicaron los cursos universitarios al respecto, nacieron paulatinamente las organizaciones de investigadores y proliferó la producción de publicaciones especializadas.

³⁰ Sobre la actualidad del pensamiento crítico comunicacional latinoamericano, véase el *Apéndice 3*.

La primera de las instituciones en surgir fue la International Communication Association (ICA), que vio la luz en 1950 en los Estados Unidos de Norteamérica. Siete años después fue creada en París la International Association for Media Communication Research (IAMCR). Y recién en 1978 se fundó, en Caracas, la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC)³¹.

Si bien la ICA y la IAMCR se abrieron hace tiempo a la participación de estudiosos iberoamericanos y han establecido acuerdos para el intercambio con la ALAIC, todavía continúan como espacios “del norte” donde el inglés es la lengua predominante y en los que los temas de América Latina no terminan de tener cabida.

De ahí que desde mediados del decenio de 1980 se haya alentado la conformación de otras organizaciones –como la Asociación Iberoamericana de Comunicación (ASSIBERCOM)³²– para intentar un equilibrio ante la hegemonía euro-estadounidense. Esta estrategia fue encabezada por José Marques de Melo, quien también refundó la ALAIC en 1989 luego de un lapso de agudo debilitamiento institucional³³.

En todo caso, la ALAIC es la agrupación más importante y activa de los investigadores latinoamericanos, el verdadero soporte de la comunidad académica comunicacional en la región e interlocutora principal con las organizaciones extrarregionales³⁴.

En la actualidad, no sólo existe un número muy grande de Facultades y Carreras dedicadas a la Comunicación en todos los continentes (en América Latina son cerca de 1.500), así como de programas de posgrado (más de 500 en Latinoamérica), sino también un volumen bibliográfico

³¹ Se tiene más información sobre estas y otras organizaciones similares en el *Apéndice 1*.

³² Véase la ficha respectiva en el *Apéndice 1*.

³³ Sobre la historia de ALAIC consúltese Crovi y Cimadevilla (2018) y Crovi y Truejo (2018).

³⁴ Sobre la producción intelectual generada por los grupos temáticos de la ALAIC puede consultarse Bolaño y Otros (2015).

impresionante al que se suman las más de 800 revistas académicas publicadas fundamentalmente por universidades, organizaciones de investigadores y asociaciones profesionales³⁵.

¿Y la investigación boliviana?

La investigación comunicacional en Bolivia se articula especialmente en torno a la existencia y actividades de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (ABOIC)³⁶, que fue fundada en La Paz en 1981, por estímulo de Luis Ramiro Beltrán, y fue reconstituida en 1999 en Cochabamba, año desde el que su papel como motor de la producción y la divulgación en el campo se ha ido intensificando³⁷.

Con anterioridad, la **Bibliografía de estudios sobre comunicación en Bolivia** (Beltrán y Otros, 1990) evidenció el escaso desarrollo de esta área investigativa en el país, aunque al mismo tiempo marcó un primer y fundamental momento de introspección y autocrítica³⁸.

El relanzamiento de la ABOIC propició una nueva dinámica y logró estructurar una todavía pequeña pero comprometida comunidad académica de la especialidad en alianza con la Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social.

La acción consecuente de la ABOIC –que desde 1999 lleva realizados 10 Encuentros Nacionales de Investigadores, 8 Ciclos de Estudios Especializados y 17 Jornadas de Jóvenes Investigadores, así como publicada una serie de memorias académicas y otros libros–, ha

³⁵ En el *Anexo especial* se puede encontrar información sobre las principales revistas iberoamericanas de la especialidad.

³⁶ Véase la ficha institucional correspondiente en el *Apéndice 1*.

³⁷ Una historia evaluativa muy bien lograda sobre la ABOIC es el estudio de Vanessa Vélez (2012).

³⁸ Sobre este y los tres posteriores momentos que identifica Esperanza Pinto véase el libro de esta autora (2015^a), en particular las pp. 38 a 42.

modificado la situación de práctica inexistencia y de rezago en que se encontraba la investigación comunicacional boliviana.

Asimismo, la intervención de sus representantes ha integrado de manera proactiva a Bolivia en la vida orgánica y académica de las regiones latino e iberoamericana³⁹. En ese sentido, hasta ahora, el país fue sede de 3 seminarios de la ALAIC (Cochabamba, 1999; La Paz, 2007 y La Paz, 2013), un congreso (Santa Cruz, 2002) y de un congreso de la IBERCOM (Santa Cruz, 2011); aparte de que investigadores nacionales fueron elegidos para dirigir la ALAIC y la Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Académicas de Comunicación (CONFIBERCOM)⁴⁰.

Otro dato que describe el nuevo escenario que vive la investigación comunicacional boliviana es el del incremento de la producción bibliográfica especializada, aunque no toda (sólo el 68%, porcentaje nada desdeñable, por cierto) esté relacionada con acciones investigativas: entre 2001 y 2015 fueron publicados 214 títulos (Torrico, 2017), una cifra significativa en relación al medio centenar de libros que fueron registrados en el largo período que cubre de 1827 a 1990 según el estudio de Beltrán y Otros⁴¹.

Pese a las carencias e insuficiencias a que todavía se enfrenta, la investigación boliviana de la Comunicación presenta un panorama positivo y prometedor que podrá beneficiarse mucho de una acción planificada y decidida por parte de las universidades. Un aspecto central de esta intervención debe ser la formación de investigadores.

³⁹ Sobre la participación boliviana en la comunidad investigadora latinoamericana véase el estudio de Dora Ayala (2014).

⁴⁰ Erick Torrico Villanueva presidió la ALAIC entre 2005 y 2009 y Karina Olarte Quiróz preside la CONFIBERCOM desde 2017.

⁴¹ Para tener una idea más gráfica del crecimiento que suponen estos datos cabe decir que en el lapso anterior a 2001, desde 1827, se publicó 0.3 libros por año, o sea un libro relacionado con la Comunicación cada 3 años, mientras que en los 15 primeros años del siglo veintiuno fueron publicados 14,2 libros cada año.

5. EL PROCESO INVESTIGATIVO

Investigar consiste en desarrollar las acciones necesarias para llegar a conocer algo que no se sabía en relación a un asunto específico perteneciente a un área delimitada de la **realidad**.

De manera esquemática puede afirmarse que la realidad en que se desenvuelve el ser humano tiene dos grandes dimensiones: una *natural o física* y otra *social o cultural*. La primera es aquella que está *dada*, es decir, que existe sin la intervención humana, aunque sí es factible de ser modificada por ésta. La segunda, en cambio, es aquella resultante de la acción humana y, por tanto, es una realidad *construida* e histórica, esto es, situada siempre en las circunstancias de un tiempo y un espacio concretos.

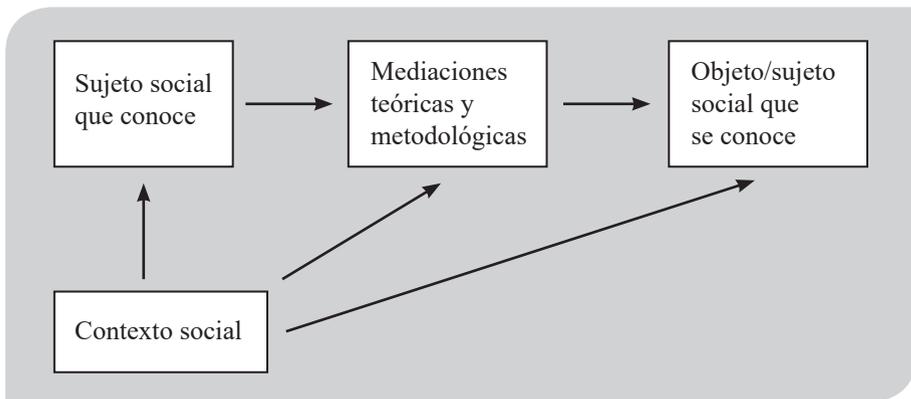
La comunicación, como hecho definido por la (inter)relación que establecen los humanos mediante el uso de convenciones sónicas y la consiguiente producción de significados que les permiten un determinado nivel de entendimiento, es de índole social y se despliega insoslayablemente en el ámbito de la realidad social.

De lo anterior se infiere, primero, que toda comunicación es y sólo puede ser “social”, a la vez que humana, y, segundo, que su investigación tiene que hacerse asumiendo las características propias de la investigación de *lo social*.

Es, pues, conceptualmente incorrecto hablar de “comunicación social” como si hubiese algún otro tipo de comunicación que fuera posible al margen de la sociedad, pero ello implica asimismo que esta forma de

inter-vinculación fundada en el empleo de signos es privativa de los humanos: hasta donde se sabe, no hay otros seres que sean capaces de expresarse y comprenderse por medio de abstracciones, que son constructos culturales.

Siendo, entonces, la comunicación un hecho de naturaleza social, ha de poder ser conocida apelando a un tratamiento metodológico apropiado. En él, la relación entre el sujeto cognoscente y el objeto/sujeto cognoscible se da de esta manera:



Elaboración propia.

En consecuencia, cuando se trabaja en la generación de conocimiento sobre lo social tiene que ser obligatorio efectuar un ejercicio triple de *reflexividad*, de toma de conciencia sobre las peculiaridades que posee esta acción investigadora: no sólo el objeto de estudio es inherentemente social, también lo son el investigador mismo –en tanto sujeto social– y las herramientas teórico-metodológicas que emplea –que, a su vez, son productos sociales–, todo lo cual, inserto en un contexto social, configura un cuadro de condicionamientos y subjetividades que por supuesto inciden sobre lo que se conoce, los modos de conocer, los propósitos que se tiene para conocer y el conocimiento producido.

Por tanto, quien va al encuentro de la realidad social para investigarla siempre llega a ella pertrechado con una variedad de elementos que organizan y dirigen su mirada, sus preguntas, sus procedimientos para informarse, su lógica de comprensión y sus respuestas (limitadas éstas en su alcance y en su provisionalidad).

Entre estos elementos se cuentan los supuestos epistemológicos y teóricos que se asume, la circunstancia histórica en que se inscriben el tema y quien lo investiga, el género y la edad de esta persona, su nivel de instrucción, su colocación socioeconómica, su adscripción ideológica (política y/o religiosa), su experiencia de vida, etc. Todo esto constituye el “lugar” multi-condicionado desde el que se conoce⁴², en el cual también tienen incidencia –como se indicó– las herramientas que son utilizadas para conocer y las percepciones y voluntades de los otros actores que pudieran estar involucrados en la dinámica investigativa.

La reflexividad, entonces, debe estar presente a lo largo de todo el proceso de investigación para controlar, dentro de lo posible, los factores de distorsión del conocimiento (sobre todo la ideologización o primacía de los preconceptos) y para evitar presunciones dogmáticas respecto a que alguien podría llegar a estar en posesión privilegiada y definitiva de la “verdad científica”. No se debe olvidar que el conocimiento científico, y en especial el concerniente a lo social, es necesariamente polémico:

(...) todo en ciencia es discutible, sobre todo en las ciencias sociales. No hay teoría final, prueba cabal, práctica intocable, dato evidente. Esto es una característica, no una debilidad, lo que funda, además, la necesidad interminable de la investigación, sea porque nunca agotamos la realidad, sea porque las maneras en que la tratamos pueden ser siempre cuestionadas (Demo, 1995:11; traducción propia).

⁴² A este respecto, René Zavaleta decía: “Uno conoce, naturalmente, desde lo que es” (1988:148), y ese “ser” incluye toda esa gama de elementos.

La visión organizadora

Investigar es tratar de aproximarse al entendimiento de lo real, en alguna de sus parcelas intelectualmente recortada, tarea para la cual es indispensable adoptar una *racionalidad* que proporcione inteligibilidad.

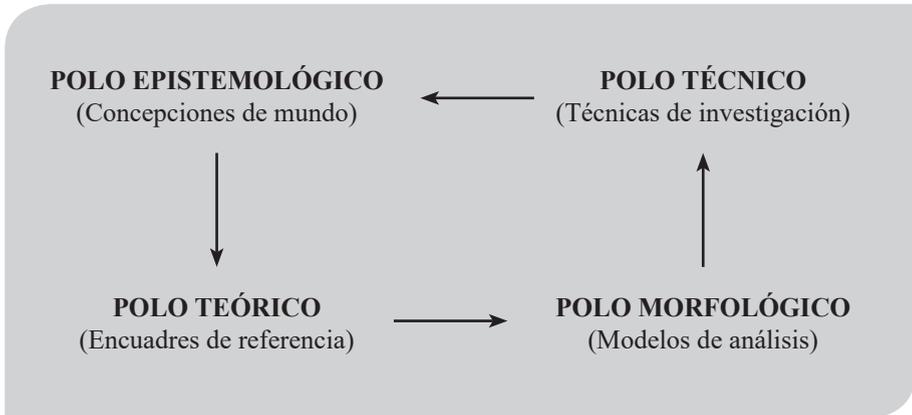
En lo básico, la noción de racionalidad supone que se está hablando del uso de la razón para dar cuenta de algo en su composición, su dinámica interna, su pasado, sus proyecciones, etc.

En el ámbito investigativo, una racionalidad sirve para organizar la comprensión de los hechos y de sus relaciones, así como para dotarles de sentido. La racionalidad opera, pues, como una visión global⁴³ en función de la que se puede explicar o interpretar lo que se observa.

Para Paul de Bruyne y Otros (1991:34 y ss.), esta visión se traduce en lo que denominan el “espacio metodológico cuatripolar”, compuesto por los polos epistemológico, teórico, morfológico y técnico. El primero fundamenta las reglas de producción y de explicación de los hechos al igual que la validez de las teorías; el segundo guía la elaboración de las hipótesis o premisas y la construcción de los conceptos; el tercero proporciona los modelos de análisis que permiten formar el objeto de estudio y el último controla la recolección de los datos.

Este esquema de cuatro polos puede ser representado del siguiente modo:

⁴³ Al respecto, Lowy sostiene que “[...] a) se trata de la visión del *mundo social*, es decir: de un conjunto relativamente coherente de ideas sobre el hombre, la sociedad, la historia y su relación con la naturaleza (y no sobre el cosmos o la naturaleza en tanto tales); b) esta visión del mundo está ligada a ciertas *posiciones sociales* (...), es decir: a los intereses y a la situación de ciertos grupos y clases sociales” (1991:12).

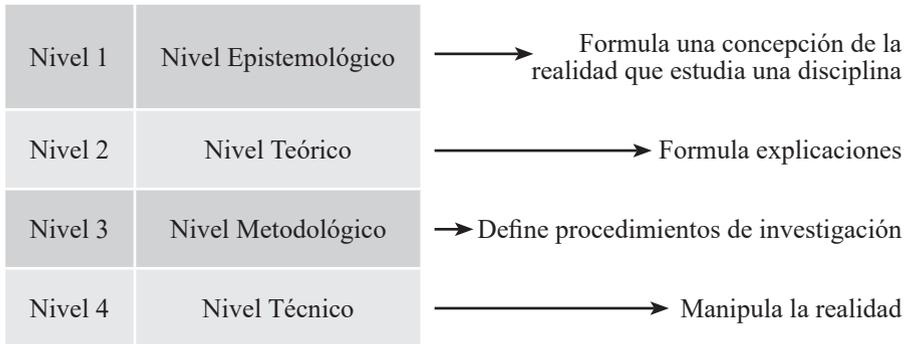


Elaboración propia en base a P. de Bruyne y Otros (1991).

La interrelación que se establece entre estos cuatro polos asegura la coherencia y consistencia de la visión o racionalidad que organiza la práctica metodológica.

En esta última noción (práctica metodológica), de una sola vez, se hace patente la idea de **método** en sus tres grandes acepciones: como *cosmovisión* que reúne una concepción filosófica sobre la realidad y su expresión en la teoría (polos epistemológico y teórico), como *procedimiento* para obtener información y razonar frente al objeto de estudio (polos técnico y morfológico) y como *secuencia racional* que organiza la lógica general del proceso investigativo (estructura cuatripolar).

Los mismos componentes de este esquema, aunque con una pequeña variante en la denominación del morfológico, que ahora aparece como metodológico, son presentados por Laureano Ladrón de Guevara (1992:124) como los cuatro niveles constitutivos de la estructura formal de una ciencia con sus correspondientes funciones en la investigación:



Fuente: Ladrón de Guevara (1992:124).

Aquí, la organización jerarquizada de estos niveles, en una relación que en último término conecta la comprensión abstracta con la realidad concreta, sugiere que cada nivel inferior está condicionado por el que le precede, lo que asegura una línea de continuidad lógica –de método, *lato sensu*– entre todos ellos. En otras palabras, una técnica de investigación que se vaya a utilizar se inscribirá en una clase de procedimientos que, a su vez, corresponderá a un referente teórico derivado de una concepción de mundo. Y la lectura inversa también es válida: la cosmovisión, que actúa como fundamento del “lugar” desde el que se conoce, condiciona al resto de los componentes del proceso investigativo, sea quien investiga consciente o no de esta situación. Por lo tanto, los cuatro niveles mantienen una activa interdependencia.

Una aplicación de esta estructura del conocimiento científico al terreno de la investigación comunicacional es la que hace Maria Immacolata Vassallo (1990:104; traducción propia) que, inspirada en de Bruyne y Otros, propone un modelo metodológico integrado por cuatro “instancias metodológicas” a las que asigna nueve “operaciones metodológicas”:

<i>Instancias metodológicas</i>	<i>Operaciones metodológicas</i>
A) Epistemológica (vigilancia epistemológica)	1) Ruptura epistemológica 2) Construcción del objeto científico
B) Teórica (cuadros de referencia)	3) Formulación teórica del objeto 4) Explicitación conceptual
C) Metódica (cuadros de análisis)	5) Exposición 6) Causación
D) Técnica (construcción de los datos)	7) Observación 8) Selección 9) Operacionalización

Fuente: Vassallo (1990)

Lo importante de las especificaciones introducidas por Vassallo en términos operativos es que facilitan el tránsito de las abstracciones representadas por los “polos”, “niveles” o “instancias” a la concreción de las acciones intelectuales o prácticas que conllevan y son ejecutadas en una investigación específica.

Lo que está en el trasfondo del conocimiento científico es, así, una lógica de razonamiento, una racionalidad que, en fin de cuentas, resulta la base de la científicidad alcanzable. El carácter científico de un conocimiento, por ende, se deriva de la aplicación de esos criterios metódicos en su proceso de producción y no de la mayor fe que se pueda tener en uno u otro tipo de creencias sobre la realidad ni del mero uso preferente de determinadas herramientas por presumir que son más fiables.

Esto no significa, sin embargo, que la práctica científica social deba ser considerada despolitizada, es decir, desprovista de intereses. Al contrario, el hecho ya citado de que todo conocimiento en este plano sólo puede ser generado desde un “lugar” histórica y socioculturalmente situado indica que será siempre expresión de un punto de vista. De ahí su ya anotada índole polémica.

Entonces, más allá del interminable debate acerca de quién hace “ciencia” y quién “ideología”, porque al final ambas se entrecruzan, de lo que hay que preocuparse es de tener claridad en el dominio de la lógica del método científico entendida como la racionalidad ordenadora general.

La racionalidad científica en acto

La racionalidad que guía el trabajo científico está expresada en la estructura procesual de la labor investigativa. Ésta consiste, dicho brevemente, en hallar solución a un vacío de conocimiento mediante la obtención sistemática y rigurosa de la información necesaria y de sus correspondientes examen, depuración e interpretación.

Este proceso parte de lo que se desconoce y avanza, con la guía de un problema y/o un supuesto hipotético, en dirección a la creación de un nuevo conocimiento. Esta ruta, de la elevación del pensamiento de lo simple a lo complejo, es la descrita por Karl Marx: se comienza por lo real y concreto (el objeto de estudio observable), se pasa a lo concreto representado (el objeto de estudio analizado) y se termina en lo concreto pensado (el objeto de estudio conceptualizado)⁴⁴.

Pero no debe olvidarse que, así como el punto de llegada es el de la teorización, la teoría también está presente en el inicio y en el transcurso de la investigación, pues es gracias a ella –que presupone una opción epistemológica y condiciona las decisiones sobre los procedimientos– que se define en todos sus alcances lo que será investigado.

Visto con detenimiento, el proceso investigativo consiste en una sucesión lógica de pasos formales y en una complementación e intersección de componentes orientados al conocimiento fundado de algo.

⁴⁴ Cfr. Marx (1988:34 y ss.).

En la tabla siguiente aparecen todos los elementos que integran ese proceso, tanto los de orden (Momentos y Etapas) como los de contenido (Alcance, Componentes y tareas):

Momentos	Etapas	Alcance	Componentes y tareas
<i>Epistemológico</i>	Planificación	¿Qué investigar, por qué y para qué?	Campo temático – Área temática – Tema – Objeto – Problema – (Hipótesis) – Objetivos
<i>Metodológico</i>		¿Cómo investigar?	Marco metodológico: Métodos, técnicas e instrumentos
<i>Investigativo</i>	Ejecución	¿Cómo entender el objeto de estudio?	Marcos teórico, histórico y referencial – Recolección y análisis de datos
<i>Teórico</i>		¿Cómo explicar/interpretar el objeto de estudio?	Interpretación de datos – Teorización conclusiva
<i>Comunicacional</i>	Exposición	¿Cómo reportar lo hecho y sus hallazgos?	Estructuración final del informe – Redacción, revisión y corrección del informe – Entrega y exposición del informe – Publicación del informe

Elaboración propia.

Los Momentos transcurren entre las definiciones filosófico-disciplinarias y la divulgación del conocimiento producido; las Etapas recorren desde la concepción de lo que se va a investigar hasta el reporte conclusivo de la indagación; los Alcances expresan el sentido de lo que debe ser hecho en cada etapa; finalmente, los Componentes y tareas presentan los campos de actividad con las acciones que les competen.

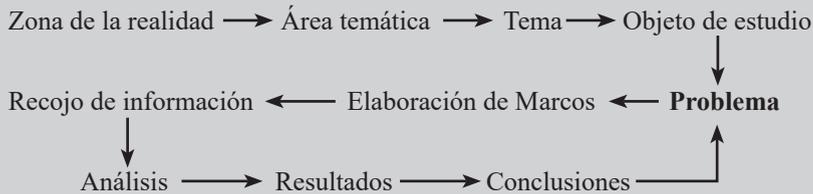
Por lo general, los Momentos pasan inadvertidos, subsumidos en las Etapas, que son más bien explícitas. La primera de éstas está destinada a la preparación del proyecto o plan de la investigación; la segunda al recojo, procesamiento y análisis de la información para teorizar el

objeto estudiado; la última a la elaboración y presentación del reporte de la investigación efectuada⁴⁵.

En conjunto, empero, estos Momentos y Etapas con sus respectivos contenidos constituyen el eje de la racionalidad científica.

El trayecto de la investigación

En la práctica, la investigación es una secuencia de pasos dirigida a la resolución de un problema de conocimiento. Esta ruta puede ser esquematizada de la siguiente forma:



Elaboración propia.

Para lo que aquí interesa, la *zona de la realidad social* donde se investigará es la **zona comunicacional**. En ella debe seleccionarse un *área de temas* (esto se consigue identificando las materias que estudian la zona o las profesiones que le corresponden; por ejemplo: Periodismo, Comunicación Digital, Locución, Derecho a la Comunicación, etc.). Dentro del área elegida debe optarse por un *tema* y delimitarlo conceptual, temporal y espacialmente. Luego se identifica el *objeto* que exprese ese tema y se formula la *pregunta (problema)* al respecto

⁴⁵ Sobre las estructuras sugeridas para el proyecto y el informe final de una investigación véase los *Anexos 2 y 3* de este documento. Y consúltense el **Cap. 7** en relación a las técnicas aplicables en la investigación comunicacional.

seguida del *planteamiento de objetivos* de conocimiento (objetivos generales) y prácticos (objetivos particulares).

Posteriormente se hace la contextualización del tema, el objeto y el problema (la *elaboración de los marcos* teórico, histórico y referencial⁴⁶) y el *diseño metodológico* (el marco metodológico), para luego proceder al *recojo de la información* de las fuentes que sean pertinentes. Esa información se la *procesa y analiza* para obtener *resultados* que, en contrastación con los marcos teórico e histórico, son la base para elaborar *conclusiones*. Éstas deben reflejar el nuevo conocimiento que ha sido logrado, por lo que serán expresadas en forma teórica, comprensiva pero hipotética, y dejarán solucionado –así sea parcialmente– el problema del que se partió dando por alcanzados los objetivos.

El problema es el “corazón” del trabajo investigativo: no puede haber investigación sin pregunta de investigación, es ésta la que guía toda la indagación y, además, también representa el punto de llegada, ya que su resolución completa el proceso.

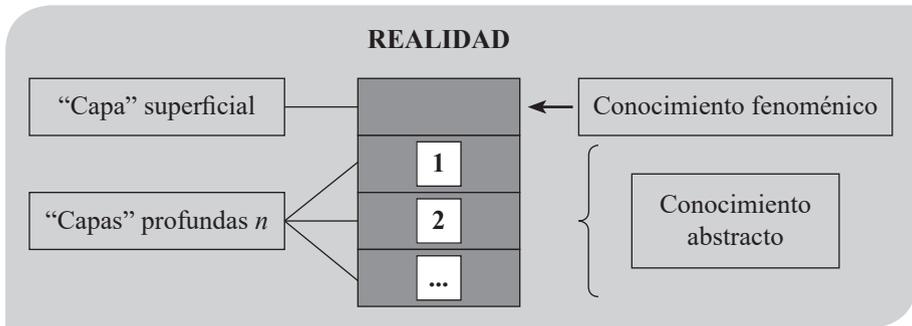
Se ha obviado aquí la formulación de una hipótesis inicial (una respuesta anticipada al problema, que se puede incorporar en el proyecto o plan de la investigación) porque no siempre se está en condiciones de plantearla o en otros casos no conviene hacerlo (si se carece de información suficiente) o simplemente no procede (si el enfoque es más bien cualitativo). No obstante, al término de lo investigado se llegará siempre, en la conclusión, a formular una hipótesis final, que será la respuesta explicativa o interpretativa aportada por el trabajo al problema de la investigación.

⁴⁶ Estos encuadramientos conciernen, respectivamente, a la teoría específica que se ha de construir sobre el objeto estudiado, al contexto social en que éste se inscribe (incluyendo, según las dimensiones que comprenda el problema planteado, factores sociales, políticos, económicos, culturales y/o tecnológicos) y a una historia específica de ese objeto que contemple sus características descriptivas principales.

En el proceso investigativo hay, pues, una interacción entre teoría (la tematización y problematización abstracta) y realidad (el objeto y sus datos) que se resume en la que se da entre problema (la pregunta) y conclusiones (la respuesta informada).

Niveles y tipos de investigación

Considerada en abstracto, toda realidad está formada por una serie de “capas” que pueden posibilitar su conocimiento superficial o más o menos profundo:



De esa estructura se desprenden los **niveles investigativos posibles**, a saber:

- Nivel exploratorio
- Nivel descriptivo
- Nivel explicativo o interpretativo
- Nivel predictivo
- Nivel retrodictivo

Los dos primeros niveles trabajan sobre la “capa” superficial de la realidad, los otros sobre las “capas” profundas. A mayor profundidad, mayor necesidad de densidad teórica y, en lo social (y comunicacional, por tanto), de comprensión histórica también.

En la investigación universitaria, los primeros dos niveles corresponden a los trabajos monográficos, en tanto que los restantes son más propios de los trabajos de tesis.

La *exploración* hace un reconocimiento inicial, un primer acercamiento panorámico al objeto de estudio. La *descripción* avanza un poco más y enuncia las características externas de dicho objeto.

La *explicación* establece las causas o motivos que posibilitan un hecho o situación (el objeto) y la *interpretación* plantea relaciones abstractas que dan significado a ese objeto.

La *predicción* anticipa cursos de acción o desenvolvimiento del objeto y la *retrodicción* ofrece explicaciones retrospectivas de hechos o situaciones del pasado.

Estos niveles son complementarios y sucesivos: la descripción presupone la exploración, la explicación no puede hacerse sin pasar por la descripción, etc.

En la exploración y la descripción se busca sondear y hacer constataciones; en cambio, en los niveles más profundos se quiere lograr una aprehensión intelectual compleja.

Y a esta jerarquía de los procesos investigativos en su relación con la realidad estudiada se suman los **tipos posibles de investigación**, que son básicamente cinco:

- *Investigación teórica*: sistematiza, discute y/o construye modelos de análisis y cuadros teóricos (generales, particulares o específicos).
- *Investigación teórico-empírica*: observa la realidad en función de supuestos (modelos) teóricos que somete a comprobación (puede predecir).

- *Investigación aplicada*: estudia casos concretos para plantear acciones de intervención (propone estrategias).
- *Investigación histórica*: reconstruye hechos, situaciones y procesos pasados dotándoles de un sentido (periodiza, explica, interpreta, retrodice).
- *Investigación metodológica*: problematiza los métodos, las técnicas y los instrumentos, hace adaptaciones, perfecciona procedimientos o propone otros nuevos.

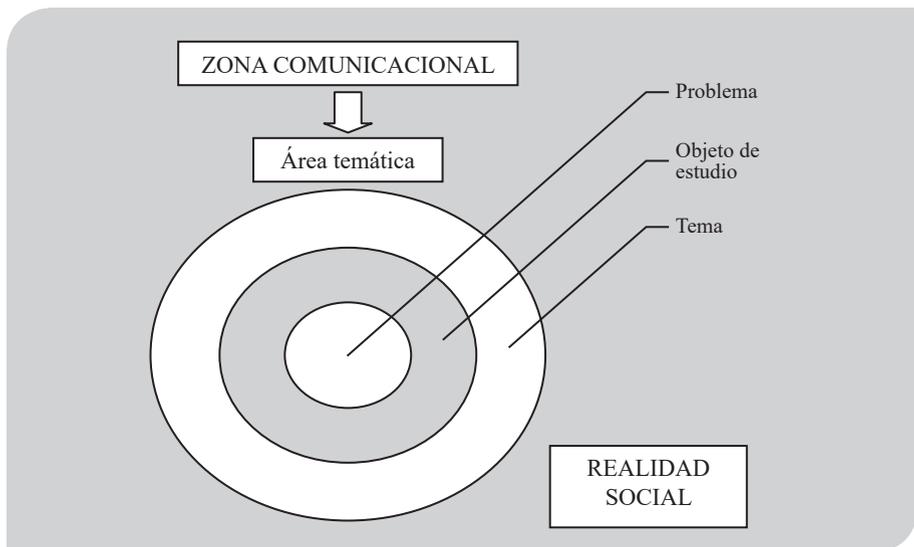
Estos tipos de investigación pueden operar por separado y definir el carácter de un trabajo íntegro, mas hay ocasiones en que no sólo pueden sino que deben complementarse entre sí. Por ejemplo, en una tesis de grado cada uno de los marcos (teórico, histórico, etc.) demandará la aplicación de un tipo de investigación.

Al investigar habrá de tenerse presentes todos estos aspectos, desde los fundamentos que proporciona la visión epistemológico-teórica y los pasos que necesariamente se debe dar hasta los alcances que tendrá la indagación que se desea hacer. La aplicación consciente de la racionalidad metodológica a lo largo de todo el proceso podrá asegurar la cientificidad del conocimiento que se produzca.

6. REPERTORIO ESTRATÉGICO PARA INVESTIGAR LA COMUNICACIÓN

Como ya fue sugerido, llevar a cabo una investigación exige que se disponga de un conocimiento suficiente o –mejor aún– avanzado de las teorías y de los procedimientos metodológicos correspondientes. Sólo con ello será posible delimitar la *zona comunicacional* de la realidad social, recortar dentro de ella un área temática, elegir ahí un tema investigable y definir un objeto de estudio en torno al cual plantearse un problema.

Es, entonces, desde un posicionamiento teórico con sus respectivas implicaciones metodológicas que se podrá situar y delimitar el estudio que se pretenda efectuar. Puesto en términos gráficos, este razonamiento quedaría representado de este modo:



Este punto de partida del trabajo investigativo, para una mejor orientación práctica, puede desarrollarse con estas **preguntas-guía** que ayudarán en la consiguiente toma de decisiones (se decide cuando se elige):

- *¿En dónde de la realidad se hará la investigación?* En la realidad social.
- *¿En qué zona de la realidad social se investigará?* En la zona comunicacional.
- *¿En qué área de la zona comunicacional se hará la investigación?* Por ejemplo, en la del Periodismo boliviano (el **área temática**).
- *¿Qué se estudiará de esa área?* La historia del periodismo boliviano del siglo XX en su relación con la política gubernamental (el **tema general**).
- *¿Cuál será el objeto observable?* Las líneas editoriales de los diarios de propiedad familiar en La Paz, Cochabamba y Oruro en relación con la política gubernamental durante las dos primeras décadas del siglo XX (el **objeto de estudio**, todavía se lo podría precisar: ¿qué diarios exactamente?).
- *¿Qué se averiguará de ese objeto?* ¿Qué líneas editoriales mantuvieron los diarios de propiedad familiar en La Paz, Cochabamba y Oruro en relación con la política gubernamental durante las dos primeras décadas del siglo XX? (el **problema**).

Es, pues, desde el comienzo mismo –cuando va germinando la idea sobre lo que se quiere investigar– que entra en funcionamiento ese conjunto de recursos para razonar, observar y explicar o interpretar los hechos o procesos de la realidad que es el que conforma el **repertorio estratégico** de la investigación.

Tales recursos son las teorías (que presuponen concepciones epistemológicas y condicionan las opciones procedimentales utilizables) y los métodos (con sus técnicas e instrumentos que deben

corresponderse a la visión de mundo adoptada). No hay que olvidar la coherencia y la consistencia que debe tener el “espacio metodológico cuatripolar” antes descrito.

El carácter estratégico del repertorio se refiere a que se trata de una combinación pertinente y ajustable de los recursos con capacidad para dar cuenta del objeto estudiado desde una racionalidad precisa y fundada.

Así, el repertorio estratégico expresa operativamente –considerando que teorías y métodos son herramientas heurísticas– la visión global desde la que conocerá una parcela del mundo social y, en consecuencia, pone fronteras concretas a los *horizontes de visibilidad, decibilidad y practicidad* con que se trabajará.

El horizonte en estos casos alude al espacio sobre el que puede extenderse el entendimiento posible del objeto de conocimiento elegido desde la visión que se encarna.

La aprehensión intelectual de tal objeto está, pues, limitada por las posibilidades de “ver” la realidad estudiada que son abiertas (o en ocasiones más bien clausuradas) por las concepciones de mundo, las teorías y los procedimientos investigativos adoptados, campo de mira que, a su vez, viabiliza o no opciones para “decir” el objeto de una forma dada (para explicarlo o interpretarlo) y, finalmente, potencia o no ciertas alternativas de planificación e intervención.

En lo específico, esto significa que determinados problemas podrán resultar “evidentes” y aun “necesarios” desde un punto de vista epistemológico-teórico, en tanto que otros serán considerados superfluos o simplemente acabarán ignorados. Consiguientemente, esto llevará a que desde la investigación se tenga mucho, poco o nada que decir respecto de esos problemas y a que se plantee hacer algo o nada al respecto.

Por ello es que este repertorio estratégico no puede sino ser un componente indispensable del bagaje intelectual de quien investiga o pretende investigar.

También acá hay que tener en cuenta los niveles de la estructura del conocimiento científico o las instancias metodológicas que se vio anteriormente porque no sólo que existe una relación de interdependencia entre teoría y método sino porque incluso una técnica contiene un punto de vista epistemológico, esto es, una concepción de la realidad y de las maneras de conocerla.

Por ejemplo, una teoría que defina la comunicación como un proceso unidireccional tenderá a utilizar procedimientos de recojo de la información que privilegien el control de los datos por el observador (el investigador) así como la valoración e interpretación que haga su mirada. Siguiendo el camino inverso, un método que apele a informantes individuales y les observe mediante parámetros estandarizados estará reflejando una idea de sociedad compuesta de fragmentos y en la cual los pensamientos o comportamientos serían repetitivos, lo que haría que los resultados investigativos puedan ser generalizables.

El repertorio teórico-metodológico de la investigación alcanza, por ende, otro nivel estratégico superior: el de definidor de lo cognoscible.

Los códigos de inteligibilidad

El propósito final de la investigación es hacer inteligible lo real estudiado. Y para eso la teoría es imprescindible, pues nada podrá comprenderse al margen de ella o nada podrá ser considerado conocido si no ha sido teorizado. O sea, sólo hay conocimiento cuando se transita del objeto concreto al objeto pensado.

Las teorías son, por tanto, los códigos de inteligibilidad que maneja la ciencia y que en última instancia la constituyen.

Una teoría es siempre producto de la observación de una realidad y consiste en un sistema conceptual de complejidad variable que da cuenta de los hechos y procesos de una zona de esa realidad desde una racionalidad. No es apenas un inventario de esos hechos y procesos con sus respectivas definiciones, sino una trama de representaciones conceptuales que establece o propone y demuestra coherentemente relaciones entre esos hechos y procesos a fin de ofrecer explicaciones o interpretaciones⁴⁷ sobre sus orígenes, características, razones, dinámicas, consecuencias o proyecciones.

En un trabajo de investigación concreto, este código para leer la realidad tiene que estar expresado y sintetizado en el *marco teórico*, que es una “teoría del objeto de estudio” (Vieytes, 2004), o más precisamente una teoría específica sobre el asunto que va a ser investigado (el tema) y su expresión observable (el objeto).

El marco teórico recoge elementos de teorías generales y los aplica a la descripción y entendimiento del objeto estudiado, pero empieza o debe empezar por esta aplicación particular y no desde las generalidades. Esto quiere decir, por ejemplo, que si se va estudiar algo sobre el “periodismo radiofónico” se comience a teorizar este concepto sin remitirse a lejanas referencias como “la comunicación”, “la información”, “la prensa” y otras similares. En la teorización, como debe hacerse también en la contextualización histórica de los objetos de estudio, se debe “ir al grano” (por eso este marco es una teoría específica).

⁴⁷ La explicación enfatiza la mirada “externa”, distante, sobre el objeto estudiado, el cual se espera sirva para verificar hipótesis; la interpretación indaga en la mirada “interna” del objeto estudiado (generalmente sujetos, en este caso) y espera no sólo comprobar o ajustar asertos teóricos sino igualmente construir nueva teoría. La explicación acude preferentemente al método cuantitativo y la interpretación al cualitativo. En este plano, la pugna de fondo suele estar dada entre la primacía de la “objetividad” o de la “subjetividad”, tradicionalmente consideradas inconciliables. Sin embargo, los objetos sociales (y más aún los sujetos sociales) combinan aspectos objetivos y subjetivos y su conocimiento debe asumir ese dualismo. Lo recomendable en la investigación comunicacional es la “investigación total” (Cerdeira, 1996).

Sobre la utilidad de este marco, Jorge Komadina indica lo siguiente:

Tres son las principales funciones que cumple el marco teórico en el proceso de investigación. Primero: constituir un “campo de inteligibilidad” a partir del cual se relacionan e interpretan los datos; ninguna evidencia empírica puede ser interpretada fuera de un marco teórico (...).

Segundo: facilitar la formulación de hipótesis que posteriormente deberán ser contrastadas con los datos o evidencias empíricas generadas por medio de la observación, la medición y la comparación (...).

Tercero: determinar el método de la investigación y, por ende, facilitar la decisión sobre el tipo de datos que son imprescindibles y cuáles deben ser las técnicas de recolección más pertinentes. Asimismo, permite fundamentar los problemas y los objetivos de la investigación (...) (Komadina en Yapu, 2015: 92).

Cabe añadir que la función básica del marco teórico es “enmarcar”, “encontrar” conceptualmente la parcela de realidad que se investigará para hacerla inteligible y someterla a observación y análisis. Opera a la manera del visor de una cámara de registro visual, que “recorta” y delimita la realidad que será fotografiada o filmada; entonces, solamente se estudiará aquello que quepa dentro del marco y en los términos de su correspondiente teorización. Esto último significa que en la investigación se aplica un *enfoque*, porque la mirada analítica debe concentrarse en algún punto (como se hace con los ángulos y los planos en la toma de imágenes) ya que nunca se está en posibilidad de abarcar el objeto –y menos el tema– en su integridad.

Los marcos teóricos para la Comunicación

En el campo comunicacional, la mayoría de las teorías en uso son derivaciones o aplicaciones de las teorías sociales generales, aquellas que buscan explicar el conjunto de la realidad social.

Esas teorías sociales abarcadoras son las *matrices teóricas* que algunos autores todavía llaman “paradigmas”. Se trata del estructural-funcionalismo, de la crítica dialéctica, del estructuralismo y del sistemismo⁴⁸, todas de origen euro-estadounidense y regularmente confrontadas entre sí.

Cada matriz posee un eje explicativo y traduce una concepción sobre el mundo social, su composición y su devenir. Por lógica, cada una brinda una imagen particular de ese mundo. Como afirmaba el escritor español Ramón de Campoamor en el siglo diecinueve, “En este mundo traidor, nada es verdad ni mentira, todo depende del color del cristal con que se mira”, también las teorías, sean generales, particulares o específicas, son una suerte de cristales a través de los cuales se observa y conoce la realidad.

Ya aplicadas al ámbito de la comunicación, las teorías matriciales dan lugar a los *abordajes teóricos*⁴⁹, que son teorías particulares relativas a la zona comunicacional. Estos abordajes –pragmático, crítico, socio-técnico y político-cultural– son cuatro modos de entender el hecho comunicacional que se corresponden a las corrientes de pensamiento antes mencionadas: la pragmática (abordajes pragmático y socio-técnico), la crítica (abordajes crítico, político cultural y socio-técnico) y la crítico-utópica (abordajes crítico y político-cultural)⁵⁰.

⁴⁸ Para una aproximación a estas matrices véase Torrico (2010).

⁴⁹ Consúltese también Torrico (2010).

⁵⁰ Como se podrá advertir, y lo mismo llega a suceder con las matrices, es posible encontrar en estos cuadros teóricos espacios de intersección o superposición. Así, por ejemplo, en el abordaje socio-técnico coexiste una posición “administrativa” con otra “crítica”.

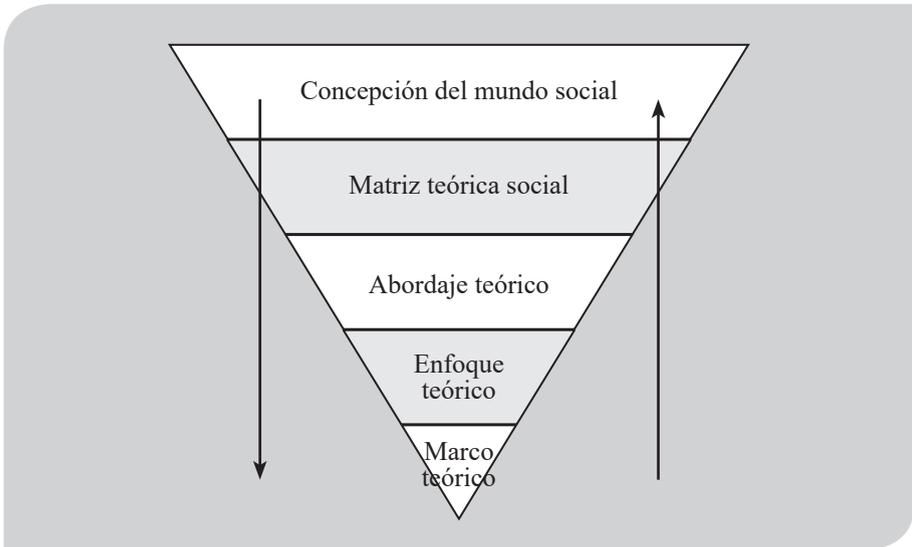
Como un desprendimiento de cada abordaje, cuando es llevado al terreno concreto de los hechos y procesos de la zona comunicacional, se tiene un conjunto de *enfoques teóricos*⁵¹, que son teorías más acotadas referidas a grupos de fenómenos que suceden en sectores temáticos de la zona comunicacional (la recepción, los efectos, los aparatos ideológicos, etc.) y son conceptualizados de manera particularizada. En este caso, se trata de múltiples teorías ya elaboradas o de otras que incluso pueden ser generadas en función del punto de vista que se aplique para cada estudio, pero que no dejarán de estar insertas en el espacio de alguno de los abordajes.

Finalmente, cuando un enfoque es aplicado a un trabajo de investigación concreto, se verá traducido en un *marco teórico* que, como se indicó, será la conceptualización sistemática del correspondiente objeto de estudio.

Esta concatenación de teorías de diferente alcance se desenvuelve, entonces, jerárquica y secuencialmente. Por ejemplo, si la matriz teórica es el estructural-funcionalismo, el abordaje podrá ser el pragmático, el enfoque el de la influencia personal y el marco teórico el de la influencia personal en la comunicación institucional interna. En este caso, la herramienta heurística de la investigación efectuada será el marco o encuadre teórico, que presupondrá la ubicación de ese estudio en el abordaje y la matriz respectivos, las cuales, por su lado, remitirán a una concepción implícita de la realidad.

La relación entre todos estos elementos se organiza en estos niveles que pueden ser leídos en sentido descendente o deductivo y ascendente o inductivo:

⁵¹ Véase Torrico (2010).



El gráfico sugiere que existe una línea de continuidad entre los cinco niveles y que, de esa forma, la concepción del mundo social está presente como substrato del marco teórico o que éste, pese a su especificidad, la expresa.

El diseño metódico-técnico

Si el proceso de investigación se orienta a la producción de una certeza (un conocimiento nuevo) y gira en torno a una pregunta o problema que demanda el recojo, procesamiento y análisis de una cierta información necesaria, el otro componente central del repertorio estratégico, además de las teorías, es el **diseño metódico-técnico** o estrategia metodológica.

Preparar este diseño es definir el modo en que se efectuará la aproximación a las fuentes⁵² para recopilar la información pertinente

⁵² En la investigación de lo social (y de lo comunicacional), las *fuentes* son los documentos, las personas o los hechos y procesos observables que pueden aportar datos para la resolución del problema. En el *Apéndice 2* se ha incluido, a propósito, información sobre portales y buscadores en la web que pueden contribuir en la tarea de búsqueda de fuentes.

y suficiente para dar respuesta a la interrogante que motiva y guía la indagación.

En este diseño caben tres componentes: los **métodos**, las **técnicas** y los **instrumentos**.

Se habla acá de los *métodos empíricos*, es decir, entendidos como procedimientos para “encontrarse” con la realidad del objeto de estudio y obtener de ella los datos que se requiera⁵³.

Estos métodos son de dos tipos: cuantitativos o cualitativos. Los primeros se ocupan de asignar valores a los datos y de aplicar mediciones y jerarquizaciones a los fenómenos; los segundos de atribuir significados –o de recuperarlos de sus actores directos– a hechos, acciones, experiencias, testimonios, percepciones y discursos.

En relación con estas cuestiones, conviene traer a colación lo que afirma Ruth Sautu:

(...) no existen métodos o técnicas que, en principio, sean mejores unos que otros. Los métodos son más o menos apropiados al tema o problema que se desea investigar. (...) Las metodologías cualitativas son apropiadas cuando el investigador se propone investigar la construcción social de significados, las perspectivas de los actores sociales, los condicionantes de la vida cotidiana; o brindar una descripción detallada de la realidad. (...) La metodología cuantitativa es la adecuada cuando el propósito es, en cambio, describir la distribución de rasgos, opiniones, conductas, etcétera, de una población; poner a prueba hipótesis causales; medir la incidencia de un suceso, establecer las

⁵³ Los otros métodos son los *teóricos*, los “métodos de pensamiento” (Sierra, 2001), que sirven razonar con o sobre la información obtenida con los métodos empíricos. La abstracción, la inducción, la deducción, el análisis, la síntesis, la comparación y la analogía son sus formas principales.

condiciones de su ocurrencia y consecuencias, o temas similares (Wainerman y Sautu, 2015:73).

Aparte de ello, el uso de estos métodos no es ni debe ser excluyente, pues la realidad social puede ser estudiada por ambas perspectivas. Dependiendo del tipo de problema investigativo que se deba afrontar, su complementación es recomendable. La cientificidad de un estudio no radica apenas en la mayor o menor validez y rigurosidad del procedimiento empleado, sino que descansa –como ya fue dicho– en la racionalidad de que todo el trabajo debe estar atravesado.

Los tres grandes métodos empíricos son la observación, la experimentación y la medición. Los tres son útiles para la investigación cuantitativa, mientras que la cualitativa sólo utiliza la observación, pero con rasgos particulares: participación, no estandarización, etc.

Para poder poner un método empírico en ejecución se necesita de las *técnicas de investigación*, las herramientas que hacen operativo al método y, a su turno, precisan generalmente de algún *instrumento* que permita llevarlas a la práctica; los instrumentos son, pues, las “herramientas de las herramientas”. Así, por ejemplo, si se opta por la observación como método, una técnica utilizable podría ser la encuesta cuyo instrumento básico es el cuestionario.

En consecuencia, la definición de la estrategia metodológica de un trabajo de investigación conlleva la elección del o los métodos que resulten apropiados y de la respectiva selección y combinación de técnicas complementarias⁵⁴ con sus correspondientes instrumentos. Sin olvidar, por supuesto, que este diseño debe ser compatible con la lógica teórica que fundamente esa indagación.

⁵⁴ Una investigación que solamente use una técnica proveerá de forma mecánica resultados sesgados. Para evitar eso, pero también para lograr una aprehensión más cabal del objeto estudiado, es recomendable utilizar al menos dos técnicas, cuidando de que cada una de ellas aporte información diferente y no simplemente que la segunda replique la que ya fue producida por la primera.

A fin de formular la estrategia metódico-técnica de manera compacta se sugiere vaciar la información respectiva en la tabla que a continuación se presenta como modelo:

Método	Técnica	Definición	Objeto/ Sujeto de observación	Finalidad	Instru- mento(s)
Observación	Encuesta	Consulta a un grupo de informantes seleccionados por muestra usando preguntas estandarizadas	Jóvenes usuarios de Facebook en la zona central de la ciudad de La Paz	Conocer las horas/día que dedican a conectarse a Facebook, sus contenidos informativos favoritos y sus formas de participación en esa red virtual	Cuestionario
	Análisis de mensajes

Elaboración propia.

Como se verá, en estas seis columnas es posible identificar los métodos, técnicas e instrumentos que se prevé usar, así como describir sobre qué o quién se aplicará las técnicas y con qué propósitos informativos. Se puede habilitar tantas filas como técnicas se comprenda en el diseño.

Para facilitar la preparación de la estrategia metodológica, en el siguiente capítulo se presenta brevemente las características y procedimientos de las principales técnicas de recojo de datos que se encuentran disponibles para la investigación comunicacional, con lo cual queda completa la exposición del *repertorio estratégico*.

7. PEQUEÑA CAJA DE HERRAMIENTAS: TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

En la primera etapa del *momento investigativo* del proceso de la indagación se trata de “encontrarse” frente a frente con la parcela de realidad que va a ser estudiada para poderla someter a observación y obtener de ella la información necesaria para responder a la pregunta que, como ya se dijo, expresa el problema de conocimiento.

En consecuencia, es en este punto en el que se debe aplicar las **técnicas de investigación**⁵⁵ más pertinentes al objeto estudiado y a los objetivos perseguidos. Para ello, en función de estos dos aspectos, se habrá de elegir los procedimientos más apropiados para recolectar los datos y/o las opiniones que se requiera, configurando lo que Luis Jesús Galindo (1998:24-25) denomina un “paquete técnico”, esto es, una combinación de recursos técnicos que además debe corresponderse con el nivel y tipo de conocimiento que se espera alcanzar: de superficie o profundidad, en el primer caso, y explicativo o interpretativo, en el segundo.

Si se asume que el objeto de estudio teórico de la Comunicación es el proceso comunicacional, y si se entiende al mismo tiempo que éste está conformado de manera genérica por unos sujetos intervinientes, unos contenidos o discursos, unos recursos de mediación, un contexto

⁵⁵ José Alberto Yuni y Claudio Alberto Urbano (2016^a:29), a este respecto, sostienen lo siguiente: “En el campo de la metodología de la investigación científica el concepto de técnicas de recolección de información alude a los procedimientos mediante los cuales se generan informaciones válidas y confiables para ser utilizadas como datos científicos. La función primordial de las técnicas de recolección de información es la observación y registro de los fenómenos empíricos; registros a partir de los cuales se elabora información que permite generar modelos conceptuales (en la lógica cualitativa) o contrastarla con el modelo teórico adoptado (en la lógica cuantitativa)”.

social que lo hace posible y un contexto teórico que lo inteligibiliza, es razonable sugerir el siguiente “menú” de técnicas investigativas para cada uno de esos componentes, considerados aquí como unidades de observación, es decir, como elementos que poseen cierta información o condensan determinados atributos o características y, por tanto, van a ser tomados como ámbitos observables del objeto de conocimiento:

Unidad de observación	Técnica aplicable
Sujetos intervinientes	Análisis de audiencia Análisis sociométrico Biografía (varios tipos) Censo Entrevista (varios tipos) Encuesta Etnografía comunicacional Experimento social Grupo de discusión Grupo focal Historia de vida Historia oral Índice de audiencia Medición de actitudes Medición de la opinión Observación (varios tipos) Sondeo de opinión (varios tipos) Testimonio
Contenidos/Discursos	Análisis de contenido (varios tipos) Análisis de diferencial semántico Análisis de discurso Análisis de lecturabilidad Análisis de mensaje Análisis de hipervínculos Análisis hermenéutico Análisis morfológico Análisis semiológico Auditoría comunicacional Auditoría de imagen Etnografía virtual Lectura ideológica

Recursos de mediación	Biografía Censo Observación (varios tipos)
Contexto social (varias dimensiones)	Entrevista Historia de vida Historia oral Observación (varios tipos) Testimonio
Contexto teórico	Análisis bibliométrico Análisis webométrico Análisis crítico del pensamiento teórico

Elaboración propia.

Sin que las señaladas sean todas las técnicas posibles, cabe indicar que son las de mayor uso en la investigación del campo comunicacional. Debe tenerse en cuenta que en esta materia no existen formas canónicas, universales y obligatorias para proceder al recojo de la información destinada a resolver un problema investigativo, pues las técnicas son simplemente herramientas que tienen que adecuarse a las necesidades y particularidades de cada indagación y que, por eso mismo, no sólo que pueden ser combinadas entre sí –asegurando previamente su pertinencia epistemológica y su complementariedad funcional–, sino también que son factibles de adaptaciones o desarrollos innovadores.

Seguidamente, se desglosa de manera sucinta la definición de cada una de las técnicas mencionadas, su finalidad genérica, su forma básica de proceder y, cuando la hay, su tipología.

Acercamiento a las técnicas principales

Las tablas a continuación ofrecen un panorama abreviado de las técnicas de investigación principalmente utilizadas en Comunicación. Para una mayor especificidad y profundización, será recomendable que el investigador interesado acuda a bibliografía especializada en cada caso:

Análisis bibliométrico

Definición	Cuantificación de la producción científica de un área dada publicada en forma impresa y de su utilización (citaciones) por los investigadores.
Finalidad genérica	Determinar estadísticamente tanto el volumen de la producción científica correspondiente a un área del conocimiento y que aparece en publicaciones académicas de distinto tipo (libros, artículos, monografías, ponencias, etc.), como la productividad de autores, instituciones y países y el impacto en la recepción y uso de tales productos.
Procedimiento básico	Seleccionados el área o sector de conocimiento cuya producción se medirá y definido el lapso de observación, se construye una base de datos bibliográfica específica o se consulta alguna ya existente y se procede al posterior análisis estadístico de esa información. Se puede establecer índices de producción, productividad, concentración, dispersión, impacto, temas, tipos de productos, etc.

Elaboración propia.

Análisis de audiencia

Definición	Identificación de las características demográficas, socioeconómicas, culturales y otras que interese conocer de las audiencias de uno o más medios.
Finalidad genérica	Conocer la composición, rasgos y hábitos de las audiencias mediáticas para ajustar la definición, producción y distribución de contenidos comunicacionales a esas particularidades.
Procedimiento básico	Elegida la muestra poblacional respectiva, se le aplica un cuestionario anónimo que podrá indagar sobre estos u otros aspectos relacionados: sexo, edad, nivel de instrucción, tipo de ocupación, zona de residencia, medios favoritos, frecuencia de exposición, preferencias temáticas, preferencias programáticas, etc. Con los resultados estadísticos es posible obtener un mapa de cada audiencia.

Elaboración propia.

Análisis crítico del pensamiento teórico

Definición	Determinación del carácter, alcances, límites y potencialidades de las conceptualizaciones pertenecientes a un campo teórico dado a partir de su correlación con la naturaleza y contenidos de los entornos epistemológico-teórico y sociopolítico en que se inscriben.
Finalidad genérica	Establecer la filiación epistemológico-teórica y sociopolítica de los conceptos relativos a un área o subárea de la realidad social mediante la vinculación de esos elementos cognitivos con los fundamentos que les dan sentido y la situación social en que están insertos.
Procedimiento básico	Definido el <i>corpus</i> que será sometido a observación, se extrae y analiza las conceptualizaciones explícitas presentes en él, se identifica sus objetos de referencia, los tipos y niveles de los conceptos hallados, los cuadros teóricos con que se relacionan y otros elementos de interés. Posteriormente se procede a la interpretación relacionando las conceptualizaciones con los contextos epistemológico-teórico y sociopolítico que correspondan.

Elaboración propia.

Análisis de contenido

Definición	Disección, medición e interpretación semántica de los contenidos manifiestos de un mensaje o un grupo de mensajes, sean o no de base gramatical.
Finalidad genérica	Establecer la manera en que está estructurado un determinado contenido y su consistencia, así como inferir las preferencias temáticas (agendas planteadas), los propósitos (la intencionalidad) o las visiones (posiciones ideológicas) de los emisores.
Procedimiento básico	Definidos los objetivos y los medios y tipos de contenidos que se estudiará, se conforma el <i>corpus</i> del análisis (la muestra), se identifica las unidades de análisis (unidades de significación: palabras clave, frases, ideas, personajes, símbolos, etc.), se las categoriza y, según el caso, se las puede cuantificar. Finalmente, se hace la interpretación.
Tipos	De frecuencia, asociativo, evaluador, estructural, etc.

Elaboración propia.

Análisis de diferencial semántico

Definición	Observación y medición del significado que una persona, desde su percepción, atribuye a conceptos, personajes, lugares, instituciones u objetos.
Finalidad genérica	Identificar la orientación de los climas de opinión y proporcionar insumos para la planificación de mensajes basados en las valoraciones positivas o negativas socialmente asignadas a los elementos observados.
Procedimiento básico	Una vez que se define uno o más elementos de observación (conceptos, personajes, etc.) se aplica un cuestionario a una muestra de la población que corresponda. El cuestionario presenta cada elemento cuyo significado se pretende medir y plantea una escala de evaluación bipolar (bueno-malo, fuerte-débil, eficiente-ineficiente...) para que cada persona le otorgue un valor entre 1 y 3 o entre 1 y 5, dependiendo de los criterios de medición que se establezca (por ejemplo: muy bueno, bueno, regular, malo, pésimo). La evaluación final de cada elemento resulta de promediar los valores que le fueron asignados por las personas consultadas.

Elaboración propia.

Análisis de discurso

Definición	Diseción de los componentes lingüísticos y extralingüísticos de un conjunto signifiante para su comprensión en relación con la situación, el enunciador, el referente y el destinatario.
Finalidad genérica	Identificar las características, recursos, propósitos, orientaciones ideológicas, contextos de producción y/o efectos de sentido de uno o más enunciados escritos, orales, visuales o mixtos.
Procedimiento básico	Definidos el discurso que se analizará y los objetivos, se selecciona el <i>corpus</i> respectivo y se identifica los elementos que se haya determinado someter a observación. Para la interpretación se considera la relación del enunciado con los otros componentes del proceso discursivo.

Elaboración propia.

Análisis de lecturabilidad	
Definición	Medición de la dificultad o facilidad que presenta un mensaje verbal para ser entendido.
Finalidad genérica	Establecer si un mensaje escrito u oral dado puede ser suficientemente captado, entendido y recordado por su destinatario.
Procedimiento básico	<p>Seleccionado el corpus de análisis, para obtener el grado de comprensibilidad (C) se contabiliza el número de sílabas por cada 100 palabras (NS) y el número medio de palabras que componen cada frase (NP). Luego se aplica la siguiente fórmula:</p> $C = 206,835 - 0,846 \times NS - 1,015 \times NP.$ <p>La comprensibilidad es difícilísima si el valor resultante oscila entre 0 y 50 y es facilísima si lo hace entre 91 y 100.</p>

Elaboración propia.

Análisis de mensaje	
Definición	Desmontaje de la forma material (significante), la forma conceptual (significado) y la intencionalidad (orientación) de un mensaje.
Finalidad genérica	Comprender cómo está estructurado un mensaje, qué comunica, cuál es su propósito y, si se quiere, qué relación tiene con factores externos (emisor, fuente, medio, referente real, situación en que es publicado...).
Procedimiento básico	Una vez seleccionado el corpus de análisis, se procede al examen de cada unidad para establecer (1) qué dice, (2) cómo lo dice, con qué elementos y recursos, y (3) qué propósitos explícitos y tácitos tiene.
Tipos	Cuantitativo (cuánto se habla de qué o quién habla, por ejemplo) y cualitativo (estilístico, semántico, ideológico, de consistencia lógica, etc.)

Elaboración propia.

Análisis de hipervínculos

Definición	Identificación de los patrones de interconexión existentes entre unidades de contenido o lectura (“lexias”) en la web que constituyen los hipervínculos y dan lugar a los hipertextos.
Finalidad genérica	Conocer los criterios de construcción de las ligazones de “lexias” en la web que configuran agendas temáticas orientadoras y dan cuenta del impacto alcanzado por ciertos contenidos.
Procedimiento básico	Seleccionado el sector temático y de contenido (portales, documentos, blogs) de la web que se someterá a análisis y el respectivo nivel de profundidad (grado de conexión), se obtiene la información sobre los hipervínculos existentes con recurso a los buscadores públicos o los rastreadores. Los resultados se procesan estadísticamente.

Elaboración propia.

Análisis hermenéutico

Definición	Interpretación del sentido de un determinado texto verbal, icónico, mixto, audiovisual, etc.
Finalidad genérica	Develar el sentido escondido de un texto a partir de relacionarlo con sus contextos lingüístico, cultural e histórico al igual que con la propia “verdad” del interpretante.
Procedimiento básico	Elegido el texto que será sometido a análisis, se procede primero a la descripción de sus componentes básicos (por ejemplo, palabras y frases) para lograr su entendimiento inmediato. Posteriormente se reflexiona sobre el significado contenido en dicho texto y se establece la “verdad”, el sentido que posee para el interpretante desde una lectura actual pero que pretende develar el sentido original del material analizado.

Elaboración propia.

Análisis morfológico	
Definición	Descripción más o menos exhaustiva de los elementos formales que componen el contenido total o sectorial difundido por uno o más medios.
Finalidad genérica	Identificar, categorizar y medir las diferentes formas o los distintos tipos de contenidos que constituyen un producto mediático publicado para establecer la composición estructural de éste y el peso que tiene cada uno de esos elementos en el conjunto examinado.
Procedimiento básico	Seleccionado el objeto del análisis y definidos los objetivos y la muestra correspondiente, se procede a la clasificación de los contenidos por tipos o formas (por ejemplo: noticias, opiniones y anuncios publicitarios; materiales locales, nacionales e internacionales; información, música, entretenimiento y publicidad; información política, social, económica, etc.). Luego se mide los espacios (cm ²) o tiempos (minutos y segundos) ocupados por cada uno de esos contenidos en la superficie total impresa o en el tiempo total de emisión. Los resultados son procesados estadísticamente.
Tipos	De medios impresos, de medios radiofónicos, de medios televisivos, de medios digitales.

Elaboración propia.

Análisis semiológico	
Definición	Identificación de las relaciones entre significante y significado, de las funciones lingüísticas y, en su caso, de las estrategias de representación para comprender los procesos de significación y producción de sentido.
Finalidad genérica	Conocer los tipos, usos y funciones de los signos, lenguajes y códigos culturales, sus modos de representación y las formas de construcción de sentidos que implican.
Procedimiento básico	Definidos el objeto semiótico (mensaje) que se examinará y los objetivos buscados, se descompone tal objeto en los elementos que lo constituyen, se identifica las reglas de su utilización y las funciones y códigos que los organizan. La interpretación posterior recompone las relaciones existentes entre los elementos observados en el marco mayor de la significación producida.

Elaboración propia.

Análisis sociométrico	
Definición	Identificación y medición de la estructura de las relaciones sociales y comunicacionales en un grupo determinado.
Finalidad genérica	Describir el sistema de interacciones presente en un grupo social concreto y, por lo general, de carácter primario, es decir, cuyo número permita el conocimiento recíproco entre sus componentes.
Procedimiento básico	Seleccionado el grupo, se le plantea a cada miembro una o dos preguntas referidas a con quién del mismo grupo optaría por llevar a cabo una actividad específica (trabajar, estudiar, ir al cine, etc.) o a quién evitaría. Se cuantifica las respuestas para identificar las relaciones de aceptación, rechazo o indiferencia así como las preferencias de interacción que se las puede representar en un mapa sociométrico.

Elaboración propia.

Análisis webométrico	
Definición	Cuantificación de la producción científica publicada en forma digital y de su utilización (vínculos y citas) por los investigadores.
Finalidad genérica	Determinar estadísticamente el volumen de la producción científica que aparece en publicaciones académicas en la web, la productividad de autores, instituciones y países y el impacto en la recepción y uso de tales productos.
Procedimiento básico	Seleccionados el área o sector de conocimiento cuya producción se medirá y definido el lapso de observación, se trabaja sobre una base de datos bibliográfica electrónica (como la Web of Science, Scopus o Google Scholar) y se procede al análisis estadístico de esa información. Se puede establecer índices de producción, productividad, concentración, dispersión, impacto, temas, tipos de productos, etc.

Elaboración propia.

Auditoría comunicacional	
Definición	Diagnóstico de las bases conceptuales, los objetivos, los procesos, los recursos, los medios y los productos que desarrolla una determinada organización en los planos de la comunicación administrativa, interna, institucional y, en su caso, mercadológica, de forma integral o por sectores.
Finalidad genérica	Evaluar en términos de la relación costo-beneficio el desempeño integral o parcial de una organización dada en materia comunicacional para plantear recomendaciones prácticas en lo que corresponda.
Procedimiento básico	Definida la organización que será sometida a diagnóstico, se define los objetivos y la estrategia metodológica que luego es aplicada para la recolección de la información necesaria. Los resultados son interpretados en función de criterios de eficacia y eficiencia.
Tipos	Auditoría integral o parcial (sectorial).

Elaboración propia.

Auditoría de imagen	
Definición	Diagnóstico de la idea (imagen cognitiva) y la actitud (imagen afectiva) que se forman diferentes sectores de la población con los que se relaciona una institución dada a partir de su desempeño general y comunicacional.
Finalidad genérica	Evaluar la manera en que la imagen de una institución está siendo percibida en un determinado momento por el o los públicos a que está dirigida la actividad de la misma.
Procedimiento básico	Definidos los objetivos, se selecciona la muestra de público de la que se obtendrá la información evaluadora mediante procedimientos apropiados (grupos focales, grupos de discusión, entrevistas en profundidad, encuestas, análisis de contenido, etc.). La información recogida se procesa e interpreta.
Tipos	Auditoría integral o sectorial.

Elaboración propia.

Biografía	
Definición	Recopilación y sistematización por lo general selectiva de la información sobre los principales hechos de la vida de un personaje considerado socialmente relevante.
Finalidad genérica	Presentar la trayectoria de vida de una persona dada, desde su nacimiento hasta su muerte, con el fin de preservar su memoria, sus enseñanzas y/o su imagen pública.
Procedimiento básico	Elegido el personaje correspondiente, se recopila toda la información posible mediante observación documental (correspondencia, fotografías, periódicos, grabaciones, etc.) o bibliográfica, entrevistas, testimonios, etc. Se organiza la información según un criterio cronológico.
Tipos	Biografía y autobiografía.

Elaboración propia.

Censo	
Definición	Recolección sistemática de informaciones que describan ciertas características de la totalidad de una población dada.
Finalidad genérica	Establecer determinadas características de una población íntegra (personas, instituciones, empresas, medios, por ejemplo) mediante una encuesta que cubra al conjunto del universo estudiado.
Procedimiento básico	Identificada la población que será estudiada y los objetivos respectivos, se elabora el cuestionario necesario y se lo aplica de manera estandarizada y exhaustiva a todos los elementos que la compongan. Se procesa los datos estadísticamente.

Elaboración propia.

Encuesta	
Definición	Recolección sistemática de informaciones u opiniones de un grupo poblacional grande y disperso mediante la aplicación de un cuestionario estandarizado a una muestra representativa del mismo.
Finalidad genérica	Registrar el estado y/o las tendencias de los conocimientos u opiniones de un universo social determinado en un momento dado y, en ocasiones, seguir y analizar sus trayectorias comparativamente.
Procedimiento básico	Definidos el tema sobre el que se pedirá el criterio de la gente y los objetivos de la encuesta, así como elegida la población o universo a que se aplicará la encuesta, se selecciona la muestra probalísticamente, se elabora el cuestionario correspondiente y se procede a administrarlo. La información recogida es tabulada y analizada estadísticamente.
Tipos	De conocimientos, opiniones, motivaciones, preferencias, valores, etc.

Elaboración propia.

Entrevista	
Definición	Recojo de información verbal mediante una conversación entre quien o quienes interrogan y quien o quienes responden.
Finalidad genérica	Obtener informaciones u opiniones de propia boca de personas (protagonistas, expertos, testigos, etc.) relacionadas con el objeto de conocimiento que se estudia.
Procedimiento básico	Una vez definidos el tema y los objetivos, se elige a los informantes que serán entrevistados, a quienes se les interroga en función de una guía general de preguntas o de un cuestionario organizado. Según el caso, se transcribe la integridad de las respuestas o solamente los extractos considerados relevantes.
Tipos	Individual o grupal; estructurada, semi-estructurada o no estructurada; abierta o en profundidad.

Elaboración propia.

Etnografía comunicacional

Definición	Descripción de un proceso comunicacional o alguno de sus aspectos desde el punto de vista de los sujetos involucrados en su realización.
Finalidad genérica	Comprender los pensamientos, sentimientos, dichos o acciones de los actores o agentes participantes de un proceso comunicacional dado desde su propia perspectiva.
Procedimiento básico	Definidos el proceso que se estudiará y los consiguientes objetivos, se toma contacto con el grupo elegido y se recoge la información mediante observación participante y entrevistas en profundidad. La información es sistematizada e interpretada asumiendo el punto de vista de los informantes.
Tipos	De procesos de producción y de recepción.

Elaboración propia.

Etnografía virtual

Definición	Descripción, desde el punto de vista de sus protagonistas, de las interacciones sociales no presenciales que tienen lugar en el espacio digital.
Finalidad genérica	Comprender los pensamientos, sentimientos, dichos o acciones de los actores o agentes participantes en un proceso comunicacional digital (en blogs, sitios de redes virtuales, portales de noticias, comunidades virtuales, etc.).
Procedimiento básico	Definidos el proceso que se estudiará y los consiguientes objetivos, se observa los intercambios registrados en el objeto elegido y, en lo posible, se toma contacto con miembros del grupo respectivo para recoger información mediante entrevistas no estructuradas, estructuradas y en profundidad. Se sistematiza e interpreta esta información asumiendo el punto de vista de los informantes.

Elaboración propia.

Experimento social	
Definición	Observación, análisis y a veces medición del comportamiento de un fenómeno social dado cuyas condiciones de ocurrencia pueden o no ser expresamente creadas (el fenómeno puede ser provocado o estudiado en una situación real) y sometidas a control y modificación deliberada.
Finalidad genérica	Establecer cómo se desenvuelve un factor (variable independiente) en su relación con otro (variable dependiente) en el seno de un ambiente condicionante y cambiante (por ejemplo, un receptor de mensajes mediáticos frente a un producto mediático en su hogar, un vehículo, un restaurante, con amigos, etc.) con propósitos de exploración, comparación o de verificación de hipótesis.
Procedimiento básico	Definidos los factores que serán observados y los objetivos correspondientes, se diseña el experimento (cuándo, dónde, con qué grupo o grupos, cómo se desarrollará, qué se controlará, qué se modificará) y en su ejecución se observa y registra el proceso de la relación entre las variables involucradas, así como los cambios y consecuencias percibidos.
Tipos	De situación artificial y de situación real tomada como “situación experimental”.

Elaboración propia.

Grupo de discusión	
Definición	Recolección de los puntos de vista confrontados de un grupo preferentemente homogéneo y producción de un discurso consensuado respecto de un tema concreto con el que todos los miembros tienen afinidad.
Finalidad genérica	Confrontar opiniones, ideas y sentimientos de un grupo en relación a un tema de interés compartido para alcanzar algún tipo de conclusión, acuerdo o decisión.

<p>Procedimiento básico</p>	<p>Definido el tema y los objetivos, se constituye al grupo con 5 a 10 participantes, se les invita a un lugar “neutral” para un encuentro de 1 a 1 y media horas de duración y allí se desarrolla la conversación partiendo de una provocación inicial a cargo del moderador y buscando que cada participante exponga su posición y argumentos al respecto intercambiando criterios con los demás. La realización de esta conversación, en que el moderador va planteando los aspectos para la discusión, se orienta a hallar puntos de convergencia que ayuden al diagnóstico o la propuesta. La información obtenida se sistematiza e interpreta para los fines correspondientes.</p>
-----------------------------	--

Elaboración propia.

Grupo focal	
<p>Definición</p>	<p>Recolección de los puntos de vista de un grupo más o menos heterogéneo respecto de un tema concreto por el que tiene un interés compartido.</p>
<p>Finalidad genérica</p>	<p>Recoger las opiniones variadas de personas relacionadas con un determinado tema y registrar las modificaciones o complementaciones que pueden presentar durante su interacción en grupo para identificar sus valores y las tendencias de opinión que representan.</p>
<p>Procedimiento básico</p>	<p>Definido el tema, los objetivos y los tópicos que serán abordados, se elige a los participantes (de 6 a 12) en función de características requeridas, se les invita a un lugar “neutral” para un encuentro de 1 a 2 horas de duración y allí se desarrolla la conversación partiendo del planteamiento de los tópicos seleccionados (puede ser a manera de breves preguntas motivadoras) a fin de que cada participante exponga su posición inicial al respecto y luego vaya intercambiando opiniones con los demás. El diálogo –no debate– es guiado por un moderador y no pretende establecer opiniones “verdaderas” o “falsas” ni llegar a conclusiones. La información obtenida se sistematiza e interpreta para los fines correspondientes.</p>

Elaboración propia.

Historia de vida	
Definición	Recojo y sistematización de relatos personales sobre la vida de individuos cuya actividad y papel son considerados centrales para la comprensión de un determinado proceso o momento histórico.
Finalidad genérica	Reconstruir, a partir del relato individual guiado, la experiencia y la trayectoria de vida de un único personaje en relación con una situación histórica dada.
Procedimiento básico	Identificada la situación que será estudiada, se elige al informante clave que será entrevistado en profundidad con el apoyo de una guía temática y de preguntas. Se transcribe el relato, se lo analiza y sistematiza en función del propósito de recomponer el proceso o momento que se estudia.

Elaboración propia.

Historia oral	
Definición	Recojo, contrastación y sistematización de informaciones, percepciones, criterios y valoraciones de quienes intervinieron en hechos de repercusión social como actores u observadores directos.
Finalidad genérica	Reconstruir una situación histórica dada a partir de la perspectiva de personas –individuos, grupos o colectividades– que participaron en ella y de los elementos que conservan en su memoria al respecto.
Procedimiento básico	Identificada la situación que será estudiada, se elige una muestra amplia y heterogénea de personas que serán entrevistadas de modo semi-estructurado a fin de lograr exposiciones libres pero centradas en un foco temático. También se puede acudir a fuentes orales grabadas (archivos de audio o audiovisuales). Se transcribe las declaraciones o grabaciones y se las sistematiza en un relato histórico integral del tema.

Elaboración propia.

Índice de audiencia (*rating*)

Definición	Medición de la cantidad de población que en determinado momento sigue las ediciones de un periódico o las emisiones de radio o televisión, así como medición de las cuotas de audiencia que pueden tener ciertos medios o ciertos espacios dentro de ellos.
Finalidad genérica	Ofrecer, mediante una encuesta convencional o procedimientos de captura electrónica de datos, una aproximación porcentual a los hábitos y preferencias de una población dada que lee periódicos y revistas o que sintoniza la radio o la televisión y que sigue la difusión de contenidos de diversa naturaleza: informativos, de entretenimiento o publicitarios, por ejemplo.
Procedimiento básico	Definidos el o los medios cuya audiencia se espera medir, se procede a la aplicación de la encuesta individual o por hogares o se recoge la información proveniente de los dispositivos electrónicos instalados en los equipos receptores de las personas o los hogares o de aquellos que acompañan a las personas durante sus actividades cotidianas para captar señales de audio de radio o televisión que son identificadas y clasificadas por un decodificador electrónico remoto. Los resultados son procesados estadísticamente y expresados en porcentajes, sea el rating total o el segmentado (de las cuotas de audiencia).
Tipos	De prensa, radio, de televisión, de espacios concretos en tales medios.

Elaboración propia.

Lectura ideológica

Definición	Proceso de decodificación activa y crítica de un mensaje que establece la afiliación de su contenido, su emisor o su fuente originadora a una determinada concepción del mundo social.
Finalidad genérica	Reconocer la visión, la posición y la intencionalidad ideológicas del mensaje, su emisor o fuente mediante la identificación de los valores positivos o negativos presentes en el contenido sometido a lectura.

Procedimiento básico	<p>Se desagrega o traduce el mensaje en ideas u oraciones que comprendan un sustantivo y un adjetivo y se forma con ellas un conjunto de unidades conceptuales. Luego, mediante la técnica de la oposición semántica, se construye los contra-conceptos, es decir, los opuestos lógicos a lo afirmado en las unidades conceptuales. Estas dos operaciones permiten sistematizar lo que se plantea o acepta explícitamente en el mensaje a la vez que hacer evidente aquello que se sugiere o se rechaza implícitamente en él. Finalmente, por síntesis, se recompone los conceptos-eje del mensaje.</p>
----------------------	---

Elaboración propia.

Medición de actitudes	
Definición	<p>Identificación, cuantificación y clasificación de las disposiciones de ánimo que una población o uno de sus sectores tiene respecto de determinados “objetos de actitud” (temas, personajes, lugares, instituciones, etc.) y que pueden conducir su acción sobre el particular.</p>
Finalidad genérica	<p>Medir las ideas, sentimientos y/o reacciones de un grupo social respecto a asuntos (“objetos de actitud”) con los que se relacionan en la vida social y frente a los cuales despliegan determinadas conductas.</p>
Procedimiento básico	<p>Identificados el o los “objetos de actitud” y la muestra poblacional correspondiente, se elabora el formulario de encuesta que, dependiendo del tipo de escala de medición que se emplee, puede contener preguntas o proposiciones (afirmaciones) en torno a las que consultados deben expresar su aceptación o rechazo traducidos en valores numéricos: por ejemplo, “Estoy muy de acuerdo” (7 puntos), “Estoy muy en desacuerdo” (1 punto). Los resultados se procesan estadísticamente.</p>
Tipos	<p>De clasificación, de comparación, de intensidad, de distancia social, etc.</p>

Elaboración propia.

Medición de la opinión	
Definición	Registro y cuantificación de las opiniones de uno o más sectores de las audiencias mediáticas respecto al propio desempeño de los medios y sus operadores o a otros asuntos concernientes al interés público.
Finalidad genérica	Conocer los “estados” o “climas” de opinión prevalcientes en un tiempo, un espacio y un grupo social dados en relación a determinados temas.
Procedimiento básico	Definidos el asunto que será objeto de opinión y la muestra poblacional correspondiente, se aplica a ésta un cuestionario anónimo estándar destinado a solicitar juicios valorativos de las personas consultadas. Los resultados son procesados estadísticamente.

Elaboración propia.

Observación	
Definición	Recojo de información sobre un objeto de la realidad social mediante la mirada, la escucha o la lectura atentas y guiadas por objetivos que definen categorías de percepción teóricamente fundadas.
Finalidad genérica	Recopilar datos de hechos sociales o acciones prácticas o discursivas de personas, grupos o colectivos tal como se producen en la realidad concreta.
Procedimiento básico	Definido el campo de observación correspondiente, se procede a la captación de los datos siguiendo, en su caso, los parámetros de percepción establecidos para el efecto y que funcionan como “interrogadores de la realidad”. Se organiza, clasifica, contrasta y depura los datos obtenidos. Dependiendo de su naturaleza, también se los puede procesar estadísticamente.
Tipos	Directa e indirecta; estructurada y no estructurada; participante y no participante; de campo, experimental o documental.

Elaboración propia.

Sondeo de opinión	
Definición	Recolección y sistematización rápida de las opiniones de un grupo poblacional específico mediante la aplicación de un cuestionario breve a una pequeña muestra no probabilística del mismo.
Finalidad genérica	Obtener una visión panorámica, oral, inmediata y poco rigurosa –exploratoria– de la opinión que le merece un determinado asunto de coyuntura a un grupo social concreto.
Procedimiento básico	Elegido el tema que será sometido a consulta y el sector de la población que interese, se formula de 1 a 3 preguntas que son planteadas a un reducido número de personas (podrían ser de 5 a 20) que son elegidas al azar o por coincidencia (a quien se encuentra el encuestador en su camino). Se cuantifica las respuestas, se valora las similitudes y destaca las diferencias.

Elaboración propia.

Testimonio	
Definición	Recopilación directa de la palabra oral o escrita y de la versión de una o más personas que han sido protagonistas, participantes o testigos de un hecho social dado.
Finalidad genérica	Recuperar y sistematizar informaciones o puntos de vista de primera mano (sin intermediarios) valorizando y visibilizando a los sujetos intervinientes y sus vivencias para registrar o reconstruir situaciones.
Procedimiento básico	Definidos el hecho, proceso, personaje, institución o cosmovisión que se estudiará y los objetivos correspondientes, se elige a las personas de quienes se obtendrá los testimonios y se les realiza una o más entrevistas a partir de una guía de temas, subtemas y preguntas motivadoras. Se transcribe, sistematiza y analiza las declaraciones.
Tipos	Personal o grupal, expositivo (informativo) o analítico.

Elaboración propia.

Las herramientas de las herramientas

La aplicación de las técnicas, que supone la puesta en acto de los métodos, requiere a su vez el empleo de unos medios que hagan posible su ejecución. Tales medios son los instrumentos⁵⁶, herramientas sin las cuales no resulta dable que se pueda efectuar la recopilación de la información. Así, por ejemplo, una entrevista no es realizable sin un cuestionario o un análisis de contenido sin una matriz de análisis.

Por consiguiente, es indispensable que a tiempo de seleccionar las técnicas investigativas que se utilizará en una determinada indagación se identifique y maneje también los instrumentos respectivos.

La tabla que se presenta ahora consigna el instrumental básico de las técnicas anteriormente desglosadas:

Instrumento	Características/utilidad	Técnicas para las que sirve
Cuestionario	Es un formulario compuesto por una serie de preguntas organizadas en función de una secuencia lógica. Las preguntas pueden referirse a datos u opiniones y pueden ser abiertas, cerrada, de elección múltiple o con escalas.	Análisis de audiencia, biografía, entrevista, sondeo de opinión, encuesta, censo, auditoría de imagen, medición de la opinión, medición de actitudes, auditoría comunicacional, índice de audiencia, análisis de diferencial semántico, análisis de lecturabilidad

⁵⁶ En los procedimientos cualitativos son los instrumentos de registro de las observaciones efectuadas, en tanto que en los de carácter cuantitativo son los instrumentos de medición. En todo caso, estos instrumentos deben responder siempre a criterios de confiabilidad y validez. Cfr. Yuni y Urbano (2016^a:29-37).

<p>Diario o cuaderno de campo</p>	<p>Es una libreta o un cuaderno en que van siendo registradas por escrito o gráficamente –día a día en el caso del diario– las observaciones y vivencias de quien investiga respecto de su objeto de estudio. Los registros son hechos mientras suceden los acontecimientos o al final de lapsos regulares: el día o la semana, por ejemplo.</p>	<p>Observación de campo, etnografía comunicacional</p>
<p>Ficha de registro (También llamada ficha de trabajo)</p>	<p>Es una papeleta rectangular en que se registra los datos de los elementos observados. Las fichas pueden ser bibliográficas, hemerográficas, de cita textual, de cita conceptual, analíticas o de notas personales.</p>	<p>Observación documental, análisis bibliométrico, análisis webmétrico</p>
<p>Guía de observación (También llamada cuadro, ficha, boleta o tabla de observación)</p>	<p>Es un documento que identifica y organiza los aspectos de un determinado objeto de estudio que serán sometidos a observación. Sirve para recoger/registrar los datos correspondientes.</p> <p>A veces puede funcionar a la manera de una lista de cotejo en que se registra la presencia o ausencia de ciertos elementos en aquello que se observa.</p>	<p>Observación de campo, experimento social, análisis de contenido, etnografía virtual, etnografía comunicacional, grupo focal, grupo de discusión, auditoría comunicacional, auditoría de imagen</p>
<p>Guía de preguntas</p>	<p>Es una lista breve de tópicos y preguntas generales que sirven para guiar la conversación del investigador con sus informantes y que puede permitir generar preguntas más concretas en el curso de esa conversación.</p>	<p>Grupo focal, grupo de discusión, entrevista en profundidad, análisis sociométrico, historia de vida, testimonio, biografía</p>

Matriz de análisis	Es un cuadro de al menos doble entrada (filas y columnas) en que se anota medidas o cantidades, se transcribe palabras, frases, ideas, conceptos, relaciones observadas o deducciones. Sirve para registrar información y pre-sistematizarla.	Análisis de contenido, análisis de discurso, análisis morfológico, análisis de mensaje, análisis de hipervínculos, análisis hermenéutico, análisis morfológico, análisis semiológico, lectura ideológica, análisis crítico del pensamiento teórico
---------------------------	---	--

Elaboración propia.

Asimismo, se tiene que considerar que la aplicación de algunas técnicas investigativas puede recurrir al uso de *dispositivos tecnológicos o no* como la cámara fotográfica o las grabadoras de audio o vídeo que, junto a la libreta de notas y el lápiz o el bolígrafo, representan un material de apoyo de gran importancia en la tarea de registrar y conservar la información recogida y también son considerados instrumentos de investigación, mecánicos unos, no técnicos los otros.

8. SUGERENCIAS DIDÁCTICAS PARA FORMAR EN INVESTIGACIÓN COMUNICACIONAL

“¿Para qué sirve la investigación?” suele ser una pregunta que ronda en las cabezas de los estudiantes universitarios y de no pocos docentes, pues la forma de enseñarla, a semejanza de lo que ocurre con las asignaturas teóricas, es habitualmente tediosa e improductiva, aparte de poco informada en bastantes casos.

Vale la pena, entonces, empezar este capítulo final con una respuesta genérica a esa crucial interrogante: la investigación sirve para saber y para hacer (o saber hacer). Cuando se sabe, se puede incidir intelectualmente y eso es posible por tres vías: enseñar, publicar o dirigir. Y cuando se hace o sabe hacer se aplica, esto es, se interviene en situaciones reales para innovar, transformar o reconducir; en otras palabras, para incidir desde la práctica directa.

Pero, además de eso, que puede percibirse como muy focalizado en los beneficios del individuo que investiga, la investigación es sumamente útil para ampliar y actualizar el espectro de los conocimientos de un campo determinado, como también para proveer de información y orientaciones aprovechables a las personas que no son investigadoras y a las organizaciones de la sociedad y al propio Estado.

En el plano de la vida profesional, investigar sirve para potenciar el pensamiento propio, crítico y sistemático, tanto como las capacidades de análisis de la realidad y de expresión escrita y oral.

Lo que ofrece la investigación no es, por donde se lo vea, algo que se deba desestimar. Al contrario, las posibilidades que abre son una

convocatoria urgente para que su enseñanza sea incorporada de modo efectivo y permanente en los procesos universitarios de formación.

Relaciones investigación-docencia

Toda universidad, por definición, debiera ser un centro generador de conocimiento al más alto nivel, lo cual en términos generales –y lamentablemente– no ocurre en el país.

Sin entrar en consideraciones respecto a por qué pasa eso, es dable reconocer lo que los docentes universitarios están en condiciones de llevar a cabo para que ese cuadro de carencias o ausencias se modifique.

En la cotidianidad del ejercicio docente hay cuando menos tres espacios de relación entre investigación y docencia, mismos que si son desarrollados tendrían la fuerza necesaria para propulsar significativos cambios.

El primero es el que se crea en torno a la *docencia investigativa*, cuando se usa los recursos que proporciona la investigación para enriquecer el proceso de enseñanza-aprendizaje y su acervo, o sea cuando el docente se nutre de productos investigativos concernientes a su materia para compartirlos críticamente con los estudiantes.

El segundo es el que surge con la *investigación formativa*, modalidad en la que los estudiantes son motivados a realizar pequeñas investigaciones sobre los temas de las asignaturas que luego exponen y discuten en las clases.

Y el último es el de la *docencia investigadora*, que cobra vida cuando es el propio docente quien hace regularmente investigación, en lo posible con el concurso de grupos de estudiantes, y comparte sus resultados no sólo en las clases sino en los ámbitos de divulgación y debate establecidos por la comunidad académica a la que pertenezca.

Esta tercera fórmula es la más indicada, la ideal, para que un programa de formación de investigadores pueda fructificar en el seno de la universidad.

Investigar y formar

Como quedó señalado anteriormente, el reto planteado por la pedagogía de la investigación es no sólo formar “en” investigación sino para hacerla. Ello demanda, como manifiestan María del Rosario Trejo y Fernando García del Instituto Politécnico Nacional de México, que

Los docentes en investigación no sólo deben estar formados en lo referente a porqué, qué y cómo se investiga sino a cómo se enseña y aprende a investigar. Tienen un triple compromiso: conocer sobre investigación, saber investigar y enseñar a investigar (Trejo y García, 2009:140).

E implica que se instale una enseñanza centrada en la práctica reflexiva y que se abandone la mera transmisión formal de conceptos y esquemas. Al respecto, dice Marta Rizo:

Esto es, se debe transitar de la enseñanza de la investigación como materia obligatoria a la formación de investigadores que comprendan la investigación desde un orden de deseo y pasión. Desde un orden de implicación, compromiso y significación (s.f.:24).

Esta comunicóloga mexicano-española argumenta después que

La enseñanza de la metodología y las técnicas de investigación no deben asumirse como sinónimas de la enseñanza de la investigación. La metodología se puede enseñar de forma expositiva, a partir de la presentación teórica de los métodos, técnicas e instrumentos que ordenan la producción

de conocimientos acerca del mundo social. Muy distinta es la enseñanza de la investigación, que implica la transmisión de actitudes, herramientas y habilidades para la práctica investigativa. Y sólo se puede enseñar a investigar desde la práctica, transmitiendo modos de hacer, operaciones y habilidades a los estudiantes, y más importante aún, con los estudiantes. Ellos sólo aprenderán a investigar investigando (Rizo, s.f.:24).

Por ende, investigar y formar tienen que ir de la mano, sustituyendo la enseñanza expositiva por otra basada en la dinámica del descubrimiento personal-grupal y la construcción del conocimiento que saquen a los estudiantes de la pasiva recepción a que los modelos escolásticos los tienen condenados.

En la formación de investigadores no caben adoctrinamientos de ningún tipo ni la simple traslación de “recetarios” impracticables o “fórmulas” incomprensibles.

Se hace necesario que la práctica pedagógica deje de ser transmisiva, repetitiva, memorística, y se transforme en constructivista, de forma que:

- *Se favorezca la construcción del conocimiento.*
- *Se parta de interrogantes significativas para el aprendiz y de sus intereses.*
- *Se aprenda a través de actividades con propósitos reales.*
- *El aprendiz sea considerado como un ente activo en su propio aprendizaje, que construye el conocimiento a través de su acción sobre los objetos y de la interacción con otros.*
- *El docente sea un facilitador que problematice, genere desequilibrios, reflexione y cree espacios para la reflexión, al mismo tiempo que aprenda de la misma práctica (Morales y Otros, 2005:21).*

Esta pedagogía constructivista de la investigación, sin descuidar el aprendizaje de conceptos metodológicos fundamentales, se ha de proponer promover el desarrollo cognitivo de los estudiantes mediante la creación de *situaciones de taller* en que la práctica sea primordial y la intervención de los alumnos en ella represente siquiera el 50% del tiempo utilizado.

Pero para avanzar en esta dirección se tiene que trazar algunos lineamientos encaminadores.

¿Qué hace un investigador?

Una manera pertinente de establecer algunas directrices es señalar las habilidades que debe desarrollar y las tareas habituales que debe desempeñar un investigador, pues esa identificación ayudará a definir el rumbo requerido.

Es muy ilustrativo, en este sentido, el testimonio que brinda la socióloga argentina Catalina Wainerman de su experiencia de integrarse a un equipo de investigación cuando tuvo que elaborar su tesis de maestría. Ella relata así esa vivencia:

(...) Allí aprendí a trabajar, a hurgar en la bibliografía, a manejarme en una biblioteca, a controlar la validez de los datos, a procesarlos, a analizarlos, a interpretarlos, es decir, a arrancarles el sentido, y aprendí a escribir un informe de investigación—estructurar capítulos y secciones, diseñar cuadros, ordenar citas—, aprendí a escribir un abstract, a dar el crédito debido a los autores cuyas ideas adoptaba o citaba, a hacer los agradecimientos correspondientes y, por si fuera poco, aprendí a escribir tomando en cuenta a quienes serían mis lectores. Allí y así aprendí el arduo oficio de investigadora (Wainerman y Sautu, 2015:31).

Esta descripción se puede complementar con esta lista de operaciones clave que deben hacer parte del bagaje intelectual y práctico de todo investigador que necesita saber problematizar, leer críticamente, trabajar en equipo, planificar, rastrear y contrastar fuentes, definir, fundamentar, observar, registrar lo observado, analizar, hacer autocrítica, sistematizar, atar cabos sueltos, sintetizar, teorizar e informar.

Este conjunto de competencias investigadoras sólo puede ser asimilado en la acción, esto es, haciendo que los estudiantes pregunten, busquen, lean, cuestionen, observen, entrevisten, encuesten, analicen, clasifiquen, esquematicen, opinen, modelicen, expliquen, argumenten, escriban, corrijan, expongan, debatan.

¿Y cómo se podrá conseguir todo eso?

Algunas modalidades didácticas

Para enseñar a investigar en la lógica del aprendizaje significativo y la pedagogía constructivista, se sugiere a continuación una serie de *modalidades didácticas* organizadas en 3 niveles, mismas que, si son apropiadamente combinadas en función de objetivos precisos, pueden insertarse en diferentes estrategias didácticas⁵⁷ provechosas.

Los niveles plantean una secuencia en que se va incrementando progresivamente la complejidad de las actividades al igual que la exigencia en las capacidades de los estudiantes.

Este proceso formativo, centrado en la práctica y en la producción, requerirá la orientación activa, abierta, motivadora y pluralista de los

⁵⁷ Estas estrategias, que implican la combinación y organización pertinentes de contenidos, recursos y acciones para la consecución óptima de los objetivos de enseñanza-aprendizaje, podrían ser establecidas por las áreas dedicadas a la Investigación dentro de las Carreras e incluso por cada docente en las asignaturas de su competencia. En todo caso, la coordinación entre docentes será fundamental.

docentes, quienes habrán de estructurar los contenidos requeridos, presentar los conceptos fundamentales, brindar acceso irrestricto a la documentación apropiada, ofrecer indicaciones precisas, brindar aclaraciones y acompañar de forma personalizada la ejecución de las tareas en plano de asesoría.

Las modalidades propuestas son las siguientes:

En el nivel inicial

- Elaboración de fichas bibliográficas.
- Elaboración de fichas de resumen de textos teóricos y metodológicos.
- Elaboración de fichas de síntesis de textos teóricos y metodológicos.
- Visitas a bibliotecas.
- Visitas a centros de documentación.
- Visitas a librerías.
- Visitas de campo para observar procesos de comunicación.
- Elaboración de mapas conceptuales de textos teóricos y metodológicos.
- Elaboración de cuadros sinópticos de textos teóricos y metodológicos.
- Elaboración de listas bibliográficas.
- Rastreo y descarga de libros en Internet.
- Rastreo y descarga de revistas académicas en Internet.
- Realización de lecturas de textos teóricos y metodológicos guiadas por cuestionarios.
- Asistencia a defensas de tesis.
- Discusiones en aula sobre lecturas guiadas realizadas.
- Ejercicios de definición de temas de investigación en Comunicación.
- Ejercicios de formulación de preguntas de investigación en Comunicación.

- Ejercicios de planteamiento de objetivos de investigación en Comunicación.
- Preparación de apoyos audiovisuales para informes.
- Exposiciones orales de grupo.

En el nivel intermedio

- Creación grupal de bases documentales digitales.
- Lectura crítica de clásicos del pensamiento comunicacional.
- Análisis crítico de artículos académicos.
- Elaboración de reseñas.
- Formulación grupal de proyectos de investigación.
- Ejercicios de recopilación de información con técnicas variadas.
- Redacción de ensayos reflexivos breves sobre temas teóricos de la Comunicación.
- Exposiciones orales individuales sobre temas teóricos y proyectos grupales.
- Preparación de monografías breves sobre temas teóricos y metodológicos de la Comunicación.
- Ejercicios de diseño de estrategias metodológicas.
- Organización de espacios de intercambio (diálogo, debate) con pares sobre temas de investigación comunicacional.

En el nivel superior

- Análisis metodológico de tesis de grado.
- Elaboración de listas de fuentes anotadas.
- Formulación individual de proyectos de investigación.
- Ejercicios de formulación de modelos de análisis.
- Ejercicios de construcción de índices de informes académicos.
- Ejercicios de preparación del estado del arte.
- Ejercicios de preparación del marco teórico.
- Ejercicios de preparación del marco histórico.
- Ejercicios de estructuración de artículos académicos sobre

temas comunicacionales.

- Redacción de artículos académicos sobre temas de investigación comunicacional.
- Redacción de ponencias para seminarios.
- Diálogos en aula con investigadores de la Comunicación invitados.
- Participación con ponencias propias en foros sobre Comunicación.
- Vinculación individual activa a investigaciones dirigidas por docentes especializados.

Estas sugerencias están pensadas para ser incorporadas en las asignaturas regulares que las Carreras de Comunicación universitarias consignan en sus programas generales de estudio, aunque sí será indispensable que esa integración posible se efectúe en un marco de coordinación de contenidos y objetivos dentro del área respectiva o entre docentes. Sin embargo, también estas modalidades didácticas pueden formar parte de un plan que específicamente se oriente a la formación de investigadores. La creación de una línea de especialización en Investigación Comunicacional dentro de los programas de algunas Carreras, en particular de las públicas, representaría un gran avance en este sentido.

Dado que esencialmente se trata de hacer que los estudiantes desarrollen las competencias investigadoras de que antes se habló, todas estas opciones contemplan la preparación de productos concretos, desde los más simples (fichas) hasta los de mayor densidad (artículos académicos, ponencias). En consecuencia, serán la responsabilidad de los estudiantes frente a estos productos y la calidad académica de los mismos los criterios básicos de la evaluación de su aprendizaje.

La valoración del trabajo estudiantil deberá ser cualitativa, ante todo, y podrá comprender algunos de estos ámbitos de competencia (en las asignaturas) o todos ellos (en un programa específico de formación):

- i) Lectura crítica y comprensiva.
- ii) Sistematización.
- iii) Planificación.
- iv) Gestión de fuentes informativas.
- v) Observación y registro de datos.
- vi) Pensamiento analítico y relacional.
- vii) Pensamiento crítico.
- viii) Autonomía de desempeño.
- ix) Escritura académica.
- x) Expresión oral.

Para cada uno de estos ámbitos, y en función del nivel a que correspondan las actividades evaluadas, será posible definir determinados indicadores⁵⁸.

La formación de investigadores, misión insoslayable de las universidades, es un objetivo deseable y alcanzable. Sus resultados siempre serán una ganancia.

⁵⁸ Al respecto, se puede consultar Bernaza (2017), en particular, en la Parte 2, el capítulo IV “La evaluación del aprendizaje en el proceso pedagógico de posgrado”. pp. 171-206

FUENTES CONSULTADAS Y RECOMENDADAS

a) Libros

- Abreu, Iván (2001). *El estudio de la opinión pública. Espacio público y medios de comunicación social*. Caracas: Vadell Hnos. 2ª edic.
- Ágreda, Roberto (2016). *Diccionario de investigación científica*. Cochabamba: Kipus. 2ª reimp.
- Aguiar, Leonel y Barsotti, Adriana (Orgs., 2017). *Clássicos da Comunicacao. Os teóricos. De Pierce a Canclini*. Petrópolis: Vozes.
- Ander-Egg, Ezequiel (2001). *Métodos y técnicas de investigación social. Acerca del conocimiento y el pensar científico*. Vol. I. Buenos Aires. Hvmánitas.
- Ander-Egg, Ezequiel (2003). *Métodos y técnicas de investigación social. Técnicas para la recogida de datos e información*. Vol. IV. Buenos Aires. Hvmánitas.
- Ansolabehere, Karina y Otros (Coords., 2016). *Del modo de investigación al modo de exposición: metodología en tesis de ciencias sociales*. México: FLACSO.
- Bardin, Laurence (s.d.). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

- Barnadas, Josep (1977). *El trabajo científico y su método*. La Paz: Juventud.
- Batthyány, Karina y Cabrera, Mariana (Coords., 2011). *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales. Apuntes para un curso inicial*. Montevideo: Universidad de la República.
- Beltrán, Luis Ramiro y Otros (1990). *Bibliografía de estudios sobre comunicación en Bolivia*. La Paz: PROINSA.
- Beltrán, Luis Ramiro (2000). *Investigación sobre Comunicación en América Latina. Inicio, Trascendencia y Proyección*. La Paz: Plural.
- Berganza, María Rosa y Ruiz, José (Coords., 2005). *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Bernaza, Guillermo (2017). *Construyendo ideas pedagógicas sobre el posgrado*. Medellín: Universidad de Medellín.
- Bolaño, César y Otros (Coords., 2015). *La contribución de América Latina al campo de la comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de la investigación*. Buenos Aires: Prometeo.
- Bonin, Jiani y Martins do Rosário, Nísia (Orgs., 2013). *Processualidades metodológicas. Configurações transformadoras em comunicação*. Florianópolis: Insular.
- Booth, Wayne y Otros (2005). *Cómo convertirse en un hábil investigador*. Barcelona: Gedisa. 2ª reimp.
- Bourdieu, Pierre y Otros (1987). *El oficio de sociólogo*. México: Siglo XXI. 10ª edic.
- Briones, Guillermo (2016). *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales*. México: Trillas. 1ª reimp.

- Carli, Alberto (2008). *La ciencia como herramienta. Guía para la investigación y la realización de informes, monografías y tesis científicas*. Buenos Aires: Biblos.
- Casasús, Josep (1985). *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona: Mitre. 3ª edic.
- Casetti, Francesco y Di Chio, Federico (1999). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Cerda, Hugo (1996). *La Investigación Total. La unidad metodológica en la investigación científica*. Santafé de Bogotá: Magisterio. 1ª reimp.
- Cerda, Hugo (2011). *Los elementos de la investigación. Cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Bogotá: Magisterio.
- Cervantes, Cecilia y Sánchez, Enrique (1994). *Investigar la Comunicación. Propuestas Iberoamericanas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Córdova, Víctor (1993). *Historias de vida. Una metodología alternativa para Ciencias Sociales*. Caracas: Tropykos.
- Covi, Delia y Cimadevilla, Gustavo (Orgs., 2018). *Del mimeógrafo a las redes digitales. Narrativas, testimonios y análisis del campo comunicacional en el 40 aniversario de ALAIC*. México: ALAIC.
- Covi, Delia y Truejo, Raúl (Coords., 2018). *Tejiendo nuestra historia. Investigación de la comunicación en América Latina*. México: UNAM.
- De Bruyne, Paul y Otros (1991). *Dinâmica da Pesquisa em Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: F. Alves. 5ª edic.

- De Garay, Graciela (Coord., 1994). *La Historia con Micrófono. Textos introductorios a la historia oral*. México: Instituto Mora.
- Duarte, Jorge y Barros, Antonio (2005). *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas.
- Duverger, Maurice (1974). *Métodos de las ciencias sociales*. Barcelona: Ariel. 7ª edic.
- Flick, Uwe (2015). *El diseño de Investigación Cualitativa*. Madrid: Morata.
- Fragoso, Suely y Otros (2011). *Métodos de pesquisa para Internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Frota, Teresa (1990). *Metodologias Qualitativas na Sociologia*. Petrópolis: Vozes.
- Fuentes, Raúl (2015). *Centralidad y marginalidad de la comunicación y su estudio*. Guadalajara: ITESO.
- Fuentes, Raúl (Coord., 2006). *Instituciones y redes académicas para el estudio de la Comunicación en América Latina*. México: ITESO.
- Gaitán, Juan y Piñuel, José (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Madrid: Síntesis.
- Galeano, María (2012). *Estrategias de investigación social cualitativa. El giro de la mirada*. Medellín: La Carreta.
- Galindo, Luis (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Monte Albán. 1ª reimp.
- Gerring, John (2014). *Metodología de las Ciencias Sociales*. Madrid: Alianza.

- Goldenberg, Mirian (1997). *A arte de pesquisar. Como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: Record.
- Gómez, Miguel Ángel y Otros (2016). *Cómo dirigir trabajos de grado de maestría y doctorado. Representación, proceso y oficio*. Bogotá: ECOE.
- Goyanes, Manuel (2017). *Desafío a la investigación estándar en Comunicación. Crítica y alternativas*. Barcelona: UOC.
- Guazmayán, Carlos (2004). *Internet y la investigación científica. El uso de los medios y las nuevas tecnologías en la educación*. Bogotá: Magisterio.
- Gutiérrez, Fernando (2008). *Internet como herramienta para la investigación. Todos los temas de su interés a la distancia de un click*. México: Alfaomega.
- Ibáñez, Jesús (2000). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: técnica y crítica*. Navarra: Siglo XXI. 4ª edic.
- Jensen, Klaus y Jankowski, Nicholas (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch.
- Kayser, Jacques (1974). *El Diario Francés*. Barcelona: A.T.E.
- Kientz, Albert (1976). *Para analizar los mass media. El análisis de contenido*. Valencia: Fernando Torres.
- Krippendorff, Klaus (1997). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós. 1ª reimp.
- Ladrón de Guevara, Laureano (1992). *Metodología de la investigación científica. Problemas del método en las Ciencias Sociales*. Bogotá: Universidad Santo Tomás.

- Lasswell, Harold ([1927] 1938). *Propaganda Technique in the World War*. New York: Peter Smith.
- Lazarsfeld, Paul y Otros ([1944] 1948). *The People's Choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press.
- León, Gustavo (2006). *Sobre la Investigación de la Comunicación en América Latina. Estrategias y Prácticas Científicas de la Comunicación hoy*. Hermosillo: Universidad de Sonora.
- Lowy, Michael (1991). *¿Qué es la sociología del conocimiento?* México: Fontanamara.
- Maigret, Éric (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Maldonado, Efendy (2006). *Metodologias de pesquisa em comunicação. Olhares, trilhas e processos*. Porto Alegre: Sulina.
- Maldonado, Efendy y Pereira, Alberto (Coords., 2010). *Investigación de la Comunicación en América Latina*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Maldonado, Efendy y Otros (Orgs., 2013). *Metodologías de investigación en comunicación. Perspectivas transformadoras en la práctica investigativa*. Quito. CIESPAL.
- Martino, Luís (2017). *Teoria da Comunicação. Ideias, conceitos e métodos*. Petrópolis: Vozes. 3ª reimp.
- Martino, Luís (2018). *Métodos de Pesquisa em Comunicação. Projetos, ideias, práticas*. Petrópolis: Vozes.
- Marx, Karl (1988). *Introducción General a la Crítica de la Economía Política*. Lima: Anteo.

- Mattelart, Armand (2010). *Para un análisis de clase de la comunicación*. Buenos Aires: Coop. El Río Suena.
- Mejía, Miguel (2002). *El rating: ¿Cómo entender los números mágicos?* Lima: Universidad San Marín de Porres.
- Meneses, Óscar (2016). *La investigación científica guiada en Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA: rasgos prevalentes y perfil metodológico de los trabajos de tesis de grado (2011-2015)*. La Paz: IPICOM. Seria Investigaciones IPICOM 1.
- Moragas, Miquel de (2011). *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gedisa.
- Moragas, Miquel de (Edit., 1982). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: G. Gili. 2ª edic.
- Núñez, Gabriela y Otros (2017). *Guía de investigación en Ciencias y Artes de la Comunicación*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Observatorio Nacional de Medios (2009). *Medios a la Vista. Informe sobre el periodismo en Bolivia 2005-2008*. La Paz: Fundación UNIR Bolivia.
- Observatorio Nacional de Medios (2011). *Medios a la Vista 2. Análisis sobre el Derecho a la Información y la Comunicación en Bolivia 2009-2011*. La Paz: Fundación UNIR Bolivia.
- Observatorio Nacional de Medios (2014). *Medios a la Vista 3. Análisis sobre el Derecho a la Información y la Comunicación y el Periodismo en Bolivia 2012-2013*. La Paz: Fundación UNIR Bolivia.

- Ortiz, Alexander (2015). *Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales y humanas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Ortiz, Frida (2006). *Diccionario de metodología de la investigación científica*. México: Limusa. 2ª edic.
- Páramo, Pablo (Comp., 2017). *La investigación en Ciencias Sociales. Técnicas de recolección de información*. Bogotá: Universidad Piloto de Colombia. 1ª reimp.
- Pardinas, Felipe (1989). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. México: Siglo XXI. 31ª edic.
- Pérez, Gloria (1998). *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes*. Madrid: La Muralla. Tomos I y II. 2ª edic.
- Perujo, Francisco (2009). *El investigador en su laberinto. La tesis, un desafío posible*. Salamanca: Comunicación Social.
- Pinto, Esperanza (2015^a). *Situación de la investigación comunicacional boliviana y su relación con el avance del campo de estudio de la Comunicación (2000-2010)*. La Paz: Actitud-Servicios.
- Pinto, Esperanza (2015^b). *Historia de la investigación comunicacional boliviana (1848-1879) y su relación con el campo de estudio de la comunicación*. La Paz: ComunAdicto.
- Pizarro, Narciso (1998). *Tratado de metodología de las Ciencias Sociales*. Madrid: Siglo XXI.
- Portugal, Franz (Edit., 2012). *La Investigación en Comunicación Social en América Latina 1970-2000*. Lima: Universidad Nacional de San Marcos. 2ª edic.
- Quezada, María Isabel (1996). *Notas Prácticas para la Investigación en la Comunicación*. Santiago de Chile: Universidad Diego Portales.

- Rodríguez, Francisco y Otros (1984). *Introducción de la metodología de las investigaciones sociales*. La Habana: Política.
- Sabino, Carlos (2015). *Cómo hacer una tesis y elaborar todo tipo de escritos*. Buenos Aires: Lumen.
- Sánchez, Enrique (Coord., 2011). *Qué pasa con el estudio de los medios. Diálogo con las Ciencias Sociales en Iberoamérica*. Salamanca: Comunicación Social.
- Sánchez, Ricardo (2004). *Enseñar a investigar. Una didáctica nueva de la investigación en ciencias sociales y humanas*. México: Plaza y Valdés. 2ª reimp.
- Schramm, Wilbur (Edit., 1965). *La Ciencia de la Comunicación Humana*. Quito: CIESPAL.
- Santander, Pedro (Edit., 2009). *Analizando los medios y la comunicación. Teoría y métodos*. Valparaíso: Ediciones Universitarias.
- Schützeichel, Rainer (2015). *Teorías sociológicas de la comunicación*. México: Universidad Iberoamericana.
- Scribano, Adrián (2008). *El proceso de investigación social cualitativo*. Buenos Aires: Prometeo.
- Sierra, Restituto (2001). *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo. 14ª edic.
- Tamayo y Tamayo, Mario (1988). *Diccionario de la investigación científica*. México: Limusa. 2ª edic.
- Torrico, Erick (1995). *La tesis en Comunicación. Elementos para elaborarla*. La Paz: Latina.
- Torrico, Erick (2010). *Comunicación. De las matrices a los enfoques*. Quito: CIESPAL.

- Torrico, Erick (2016^a). *Materiales para la investigación comunicacional*. Quito: CIESPAL.
- Torrico, Erick (2016^b). *La Comunicación pensada desde América Latina (1960-2009)*. Salamanca: Comunicación Social.
- Torrico, Erick (2017). *Bibliografía boliviana en Comunicación 2001-2015. Líneas de pensamiento, temas y autores*. La Paz: IPICOM. Serie Investigaciones IPICOM 2.
- Torrico, Erick (Coord., 2005). *El estado de la investigación de la Comunicación en Bolivia*. La Paz: Azul Editores.
- Torrico, Erick y Pinto, Esperanza (Orgs., 2014). *Problemas teóricos y factores estratégicos en la investigación comunicacional*. La Paz: UASB-ABOIC.
- Vassallo, Maria Immacolata (1990). *Pesquisa em Comunicação. Formulação de um modelo metodológico*. São Paulo: Loyola.
- Vieytes, Rut (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: Epistemología y técnicas*. Buenos Aires: Editorial de las Ciencias.
- Vilches, Lorenzo (Coord., 2011). *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- Wainerman, Catalina y Sautu, Ruth (2015). *La trastienda de la investigación*. Buenos Aires. Manantial.
- Weber, Maria Helena y Otros (Orgs., 2002). *Tensões e objetos da pesquisa em comunicação*. Porto Alegre: Sulina.
- Wimmer, Roger y Dominick, Joseph (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

- Wolton, Dominique (2006). *Salvemos la comunicación. Aldea global y cultura. Una defensa de los ideales democráticos y la cohabitación mundial*. Barcelona: Gedisa.
- Yapu, Mario (Coord., 2013). *Pautas metodológicas para investigaciones cualitativas y cuantitativas en ciencias humanas y sociales*. La Paz: PIEB. 4ª edic.
- Yapu, Mario (Coord., 2015). *Pautas metodológicas para investigar en ciencias sociales y humanas*. La Paz: PIEB.
- Yuni, José y Urbano, Claudio (2016). *Técnicas para investigar. Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Córdoba: Brujas. Vol. 1. 2ª edic.
- Yuni, José y Urbano, Claudio (2016^a). *Técnicas para investigar. Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Córdoba: Brujas. Vol. 2. 2ª edic.
- Yuni, José y Urbano, Claudio (2016^b). *Técnicas para investigar. Análisis de datos y redacción científica*. Córdoba: Brujas. Vol. 3. 2ª edic.
- Zavaleta, René (1988). *Clases sociales y conocimiento*. La Paz: Los Amigos del Libro.

b) Documentos, tesis, ponencias, artículos y capítulos

- Ayala, Dora (2014). “Bolivia en la institucionalización de la comunidad académica latinoamericana de investigadores de la Comunicación (1978-2013). Visión histórico-testimonial”. Tesis de Licenciatura en Comunicación. La Paz: Universidad Mayor de San Andrés. 129 pp.
- Ardanuy, Jordi (2012). “Breve introducción a la bibliometría”. Barcelona: Universitat de Barcelona. 25 pp.

- Bellini, Denisse (1999). “Análisis metodológico de las tesis en Comunicación de la Universidad Católica Boliviana – Cochabamba (1993-1997)”. Tesis de Licenciatura en Comunicación. Cochabamba: Universidad Católica Boliviana.
- Beltrán, Luis Ramiro (2000). “Palabras del Dr. Luis Ramiro Beltrán en la clausura del Primer Encuentro Nacional y del Primer Seminario Latinoamericano sobre Investigación de la Comunicación”, en **Memoria académica**. I Encuentro Nacional y I Seminario Latinoamericano de Investigación de la Comunicación. La Paz: ABOIC-CIBEC. pp. 319-324.
- Beltrán, Luis Ramiro (2007). “Adiós a Aristóteles: La comunicación ‘horizontal’”, en **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**. Sao Paulo: ALAIC. N° 7, pp. 12-36.
- Cabrera, Rommel y Uribe, Diana (2004). El Oficio de Investigar: Una estrategia didáctica para la formación en investigación social. Medellín: Universidad de Antioquia. Monografía, 140 pp.
- CIBEC (1997). “La investigación comunicacional al final del siglo XX. Sus urgencias”. La Paz: CIBEC. Textos de Divulgación n° 3, 46 pp.
- Colina, Lesbia (2007). “La investigación en la educación superior y su aplicabilidad social”, en revista **Laurus**. Caracas: Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Vol. 13, n° 25, pp. 330-353.
- Herrera, Karina (Coord., 2000). “Una actualización bibliohemerográfica de los estudios sobre comunicación en Bolivia 1990-2000”. La Paz: CIBEC.

- Hernández, María y Martínez, Aurora (2008). “La investigación como estrategia de aprendizaje”. Guadalajara: Universidad Autónoma de Guadalajara. 12 pp.
- Lazcano-Peña, Daniela (2013). “Metodologías de investigación: aproximación a su enseñanza en el grado de Periodismo en España”, en revista **Periodística**. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació. Nº 15, pp. 11-28.
- López, Pedro (2005). “Modalidades de titulación y el estado de la investigación en la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Católica Boliviana San Pablo, Unidad Cochabamba”. Tesis de Licenciatura en Comunicación. Cochabamba: Universidad Católica Boliviana.
- López-Ruiz, Martha y Schmelkes, Corina (2016). “Formación para la investigación: Vacíos en la producción de conocimiento”, en revista **digitalCIENCIA@UAQro**. 11 pp.
- Mamani, Carlos (1989). Metodología de la historia oral. Chukiyawu: Taller de Historia Oral Andina. 48 pp.
- Méndez, Ana (s.f.). “Metodologías y técnicas de investigación aplicadas a la comunicación”. s.r. 114 pp.
- Morales, Oscar y Otros (2005): “Cómo enseñar a investigar en la universidad”, en revista **Educere**. Mérida: Universidad de Los Andes. Vol. 9, nº 29, pp. 217-224.
- Parks, Will y Otros (2005). “Who measures change? An Introduction to Participatory Monitoring and Evaluation of Communication for Social Change”. Communication for Social Change Consortium: New Jersey. 44 pp.
- Parra, Ciro (2004). “Apuntes sobre la investigación formativa”, en revista **Educación y Educadores**. Cundinamarca: Universidad de La Sabana. Vol. 7, pp. 57-77.

- Peña, Carlos (2015). “La importancia de la investigación en la universidad: Una reivindicación del *Sapere Aude* kantiano”, en revista **Amauta**. Barranquilla: Universidad del Atlántico. N° 25, pp. 74-85.
- Peredo, Elizabeth (1996). El testimonio. Una orientación para quienes desean hacer investigación en base a testimonios. La Paz: Huellas. 54 pp.
- Pinto, Esperanza y Torrico, Erick (2003). “Los inicios de la constitución del campo de estudios de la Comunicación en Bolivia y su relación con el presente”, en revista **Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura**. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Año 2, n° 16, pp. 40-53.
- Quirk, Rachel y Otros (2008). “The Guide to Researching Audiences”. Guildford, United Kingdom: Curtis+Cartwright. 74 pp.
- Ricyt (2018). El estado de la ciencia. Principales indicadores de ciencia y tecnología iberoamericanos/interamericanos 2018. Buenos Aires: Altuna. 166 pp.
- Rizo, Marta (s.f.). “Enseñar a investigar investigando”. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México. 39 pp.
- Rizo, Marta (2016). “Articulaciones entre teoría y metodología en la enseñanza de la investigación en comunicación. Algunas reflexiones y propuestas desde la práctica docente en México”, en revista **Question**. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Vol. 1, n° 49, pp. 143-155.
- Sanmartí, Neus y Márquez, Conxita (2012). “Enseñar a plantear preguntas investigables”, en revista **Alambique**. Cataluña: GRAO. N° 70, pp. 27-36

- Torrico, Erick (1992). “Notas acerca de la investigación comunicacional en Bolivia”, en Marques de Melo, José. **Comunicación Latinoamericana: Desafíos de la Investigación para el Siglo XXI**. São Paulo: Universidade de São Paulo - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. pp. 167-184.
- Torrico, Erick (1998). “Aires de cambio en la investigación comunicacional boliviana”, en **Anuário UNESCO-UMESP de comunicacao regional**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo. pp. 249-257.
- Torrico, Erick (2000). “La formación universitaria para la investigación de la comunicación en Bolivia”, en **Memoria académica**. I Encuentro Nacional y I Seminario Latinoamericano de Investigación de la Comunicación. La Paz: ABOIC-CIBEC. pp. 40-44.
- Torrico, Erick (2018). “La Comunicación decolonial: Perspectiva in/surgente”, en **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**. São Paulo: ALAIC. N° 28, pp. 72-81.
- Trejo, María y García, Fernando (2009). “Pedagogía de la investigación”, en revista **Metodología de la Ciencia**. México: Asociación Mexicana de Metodología de la Ciencia y de la Investigación. Vol. 1, n° 1, pp. 135-141
- Vega, Daniel (2013). “Pedagogía de la investigación: Problematización de la Enseñanza-Aprendizaje”, en revista **Educación y Territorio**. Boyacá: Fundación Universitaria Juan de Castellanos. Vol. 3, n° 1, pp. 155-172
- Vélez, Vanessa (2012). “Institucionalización y fomento de la Investigación de la Comunicación en Bolivia en 30 años de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación

(1981-2011)”. Tesis de Licenciatura en Comunicación. La Paz: Universidad Católica Boliviana. 126 pp.

- Vestfrid, Pamela (2016). “Aportes para pensar la enseñanza de la investigación en la universidad”, en revista **Digital Ciencia@uaq**. Querétaro: Universidad Autónoma de Querétaro. Vol. 9, nº 1, pp. 1-15

c) Docentes entrevistados

- Universidad Mayor de San Andrés: Marlene Choque, Karina Herrera, René Zeballos, Miriam Villegas, Esperanza Pinto, Rigliana Portugal
- Universidad Católica Boliviana “San Pablo”: Sandra Villegas
- Universidad Pública de El Alto: Ernesto Reyes
- Universidad del Valle: José Cristian Pérez
- Universidad Privada Boliviana: Iván Miranda
- Universidad Franz Tamayo: Walter Morales, Marco A. Viera

etv/2018

ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario para docentes del área de Investigación

Universidad:

Carrera:

Materia:

Nombre:

Formación:

1. ¿Cuál es el objetivo principal de la materia que imparte?
2. ¿Qué contenidos desarrolla en su materia?
3. ¿Qué espera que aprendan los alumnos fundamentalmente en su materia?
4. ¿Cómo se desarrolla el proceso de enseñanza-aprendizaje?
5. ¿Qué criterios de evaluación utiliza?
6. ¿Generan algún producto de investigación en su materia y de qué tipo?
7. ¿Actualiza su programa, cada qué tiempo, por qué?
8. ¿Qué importancia se asigna a la investigación dentro de su Carrera?
9. ¿Considera que en su Carrera la investigación tiene un lugar apropiado?
10. ¿Qué relación tiene su materia con otras del área de Investigación?
11. ¿Cuál piensa que es la situación de la capacitación docente en temas de investigación?
12. ¿Cómo contribuye desde su materia a la formación de nuevos investigadores?

Muchas gracias.

Anexo 2

Estructura tipo de un proyecto de investigación

Proyectar implica mirar hacia un determinado futuro razonado y trazar las acciones que se considera necesarias para alcanzarlo. Para asegurar la claridad, precisión y coherencia de lo que se proyecta, conviene formalizar lo planeado mediante la redacción de un texto específico.

En la investigación académica, un **proyecto** consiste en la elaboración de un *documento escrito* que comprenda la descripción de todos los elementos que hace falta tener identificados y caracterizados para llevar adelante un trabajo de indagación sistemática sobre un cierto objeto de observación –teórico-empírico o puramente formal– que exprese una materia de interés dada y que esté inserto en una determinada problematización.

Aunque hay diferentes propuestas para estructurar dicho documento, aquí se considera indispensable que contemple los siguientes componentes:

Nº	Componente	Contenido general
1	Tema + Fundamentación*	El asunto de investigación triplemente delimitado (concepto, tiempo y espacio) y las razones de su elección
2	Objeto de estudio + Fundamentación*	El elemento observable que expresa al tema, también delimitado triplemente, y las razones de su elección
3	Problema de investigación + Fundamentación*	La pregunta de la investigación (referida al objeto de estudio) y las razones de su elección
4	Hipótesis + Fundamentación*	La probable respuesta anticipada al problema de la investigación (es opcional)**
5	Objetivos	Lo que se espera alcanzar en términos de conocimiento (objetivo general) y lo que se prevé llevar a cabo para desarrollar la investigación y resolver el problema del estudio (objetivos particulares)

6	Estrategia metodológica	Combinación de métodos, técnicas e instrumentos de investigación para recoger la información necesaria que resolverá la pregunta o problema
7	Cronograma de trabajo	Distribución en el tiempo disponible y en plazos razonables de todas las actividades que implicará la realización y exposición de la investigación
8	Presupuesto	Cálculo de los costos que demandará la realización de la investigación (es opcional)**
9	Fuentes de información	La lista de las fuentes documentales, personales y de hechos observables de donde se espera obtener la información útil para resolver el problema de la investigación
10	Índice hipotético	El esquema del contenido que se presume tendrá el informe final de la investigación, con señalamiento de los títulos y subtítulos correspondientes

*La *fundamentación* consiste en la exposición puntual de las razones teóricas y/o empíricas que sustentan la elección del tema, el objeto de estudio, el problema de investigación y la hipótesis y que hacen que se los considere los más apropiados para ser investigados. Se trata de fundamentaciones distintas –aunque complementarias– porque cada uno de esos elementos del proyecto implica un nivel dado de concreción.

**Es pertinente proponer una respuesta anticipada original sólo si se cuenta con información previa suficiente y sustentada. No se debe aventurar cualquier opinión.

Para que un proyecto de investigación sea válido es suficiente que cuente con un problema claro y preciso. La hipótesis, además, corresponde ante todo a los estudios de orden cuantitativo.

***La elaboración del presupuesto es útil cuando se trata de una investigación cuya magnitud demandará un uso intensivo de recursos humanos, materiales y de tiempo, pues permite evaluar su factibilidad.

Anexo 3

Estructura tipo de un informe de investigación

Cuando una investigación ha sido realizada, es indispensable que su producto se vea reflejado en un **informe** o **reporte final** que dé cuenta de todo lo que se hizo y obtuvo.

En ese sentido, se debe elaborar un *documento escrito* que debe seguir esta estructura básica de 3 bloques: introducción, cuerpo o desarrollo y cierre.

El informe de investigación es, pues, un relato que sigue un orden cronológico y puede estar integrado por estos 11 componentes:

Nº	Componente	Contenido general
1	Introducción	Presentación general sintética del contenido del informe final (para orientación y atracción del lector interesado)
2	La problemática	Planteamiento y fundamentación del tema, el objeto de estudio y el problema de la investigación, además de presentación de los objetivos y de los alcances y límites del estudio efectuado
3	Marco teórico	Exposición documentada y articulada del encuadramiento teórico específico en que se basa la aproximación hecha al tema, el objeto y el problema
4	Marco histórico	Contextualización histórica del tema, el objeto y el problema para “ponerlos en situación” haciendo los énfasis que, según el caso, sean pertinentes en las dimensiones social, política, económica, cultural, tecnológica, etc.
5	Marco referencial	Descripción de los antecedentes y aspectos característicos del objeto de estudio y su inserción en el contexto histórico correspondiente
6	Marco metodológico	Explicación de la estrategia metodológica (combinación de métodos, técnicas e instrumentos) que se aplicó para la realización de la investigación

7	El análisis	Presentación organizada de los datos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas investigativas
8	Los resultados	Agrupamiento en categorías y eventualmente comparada de los datos obtenidos
9	Las conclusiones	Exposición de las inferencias efectuadas sobre los resultados en contraste con los presupuestos teóricos utilizados y con elementos relevantes del contexto histórico
10	Las fuentes	Registro ordenado y completo de todas las fuentes de información efectivamente consultadas (libros, documentos, personas, hechos)
11	Los anexos	Elementos informativos considerados indispensables para completar el reporte y que no hubiesen podido ser integrados en el cuerpo del mismo

La redacción del informe o reporte final de la investigación debe sujetarse a las reglas estilísticas de la escritura académica. Sus formas más comunes son la tesis de grado y el artículo científico o académico.

APÉNDICES

Apéndice 1

Principales organizaciones en investigación comunicacional

Nombre	Asociación Boliviana de Investigadores de la comunicación	ABOIC	
Lugar de fundación (ciudad, país)	La Paz, Bolivia Refundación en Cochabamba	Año	1981 y 1999
Sede actual y dirección física (ciudad, país)	Tarija		
Sitio web	http://www.aboic.org.bo/index.php		
Responsable actual (nombre y cargo)	Karina Olarte Quiroz, Presidente		
Objetivo principal	El estudio científico de la comunicación, su incentivo y su promoción.		
Actividades regulares	<ul style="list-style-type: none"> - Ciclos de Estudios Especializados. - Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación. - Jornadas Nacionales de Jóvenes Investigadores. 		
Publicaciones (impresas y digitales, periodicidad, sitios para descargar)	<ul style="list-style-type: none"> - Memorias de las actividades regulares. 		
Tipos de miembros (individuales, institucionales, etc.)	Investigadores de la Comunicación.		

Nombre	Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação		ALAIC	
Lugar de fundación (ciudad, país)	Caracas, Venezuela		Año	1978
Sede actual y dirección física (ciudad, país)	Río Cuarto, Argentina			
Sitio web	www.alaic.org			
Responsable actual (nombre y cargo)	Gustavo Cimadevilla (Argentina), Presidente			
Objetivo principal	El montaje y apoyo a la comunidad científica especializada en la investigación de la comunicación de América Latina, buscando el aumento y mejora de sus actividades.			
Actividades regulares	<ul style="list-style-type: none"> - Congresos bienales - Seminarios bienales - Grupos temáticos - Escuelas de Verano para tesis de posgrado - Publicaciones 			
Publicaciones (impresas y digitales, periodicidad, sitios para descargar)	Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación y el Journal of Latin American Communication Research			
Tipos de miembros (individuales, institucionales, etc.)	Investigadores individuales, centros de investigación			

Nombre	International Association for Media and Communication Research	IAMCR	
	Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social	AIECS	
	Association Internationale des Etudes et Recherches sur l'Information et la Communication	AIERI	
Lugar de fundación (ciudad, país)	París, Francia	Año	1957
Sede actual y dirección física (ciudad, país)	No especifica		
Sitio web	https://iamcr.org/		
Responsable actual (nombre y cargo)	Janet Wasko, Presidente		
Objetivo principal	Proporcionar un foro donde los investigadores académicos y otras personas involucradas en la investigación y la práctica de los medios y la comunicación puedan presentar y discutir su trabajo, perfeccionar sus habilidades críticas y colaborar en nuevos proyectos.		
Actividades regulares	Conferencias Asambleas generales anuales Premios a trabajos destacados en investigación		
Publicaciones (impresas y digitales, periodicidad, sitios para descargar)	Co editor de HAMPTON PRESS Libros de miembros Hoja informativa para los miembros (semestral) Revista de acceso on line		
Tipos de miembros (individuales, institucionales, etc.)	Individuales e institucionales		

Nombre	Ibero-Americana de Comunicação (IBERCOM) Actualmente: Associação Ibero-Americana de Comunicação (ASSIBERCOM)		IBERCOM O ASSIBERCOM
Lugar de fundación (ciudad, país)	Nació (idea) en Rua Vergueiro, São Paulo. Durante la celebración de los 20 años de Fundación de su escuela de Artes y comunicación	Año	1986
Sede actual y dirección física (ciudad, país)	Rua Vergueiro, 1951 - Vila Mariana, São Paulo Contactos - Tel: +351 22 20031159		
Sitio web	E-mail: ibercom@assibercom.com		
Responsable actual (nombre y cargo)	Presidente (2016 – 2019): Maria Immacolata Vassallo de Lopes (Brasil), Universidade de São Paulo		
Objetivo principal	La idea de reunir a investigadores de la comunicación de los países iberoamericanos fue presentada por el Prof. Dr. José Marques de Melo (en el año 1986) para hacer un debate amplio sobre los temas actuales de la investigación en comunicación y fomentar los intercambios en investigación que hasta ahora han sido escasos.		
Actividades regulares	Realiza congresos en temas de comunicación y sociedad. Sin dejar de lado los cambios tecnológicos, políticos y económicos de la última década que están provocando nuevas perspectivas sobre la Comunicación		
Publicaciones (impresas y digitales, periodicidad, sitios para descargar)	Última publicación (Digital): 2015 - XIV IBERCOM (Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo, Brasil) Coordenação: Maria Immacolata Vassallo de Lopes- Margarida Krohling Kunsch Publicaciones: cada tres años Sitio para descargar: http://www.assibercom.org/download/Ibercom_2015_Anais_Ficha_e_Sumario.pdf		
Tipos de miembros (individuales, institucionales, etc.)	Institucionales: con Presidente: Maria Immacolata Vassallo de Lopes (Brasil) Universidade de São Paulo Vice-Presidentes: Margarita Ledo (Espanha) Universidade de Santiago de Compostela; Margarida Maria Krohling Kunsch (Brasil) Universidade de São Paulo, y Carlos Arroyo Gonçalves (Bolivia) Universidad Católica Boliviana San Pablo Administración: Erick Torrico (Bolivia) Universidad Andina Simón Bolívar, y Lucilia José Justino (Portugal)		

Nombre	European Communication Research and Education Association (Asociación Europea de Investigación de la Comunicación y la Educación)		ECREA
Lugar de fundación (ciudad, país)	Se fundó en la primera Conferencia Europea de Comunicación (ECC) en Amsterdam el 25 de noviembre de 2005	Año	2005
Sede actual y dirección física (ciudad, país)	Chaussée de Waterloo / 1151 - 1180 Uccle / Bélgica		
Sitio web	www.ecrea.eu		
Responsable actual (nombre y cargo)	Presidente (2016-2020): Ilija Tomanic Trivundza		
Objetivo principal	Promover la investigación de sus miembros a través de la serie de libros de ECREA y mediante la colaboración entre sus miembros o dentro y entre sus Secciones, Redes y Grupos de Trabajo Temporales.		
Actividades regulares	ECREA es una sociedad científica de estudiosos de la comunicación dedicada al desarrollo de la investigación en comunicación y educación superior en Europa.		
Publicaciones (impresas y digitales, periodicidad, sitios para descargar)	Publicación: Periodicidad: Conferencias ECC se organizan cada dos años. Sitio para descargar: https://translate.googleusercontent.com/translate (Sitio web de Routledge)		
Tipos de miembros (individuales, institucionales, etc.)			

Nombre	International Communication Association	ICA	
Lugar de fundación (ciudad, país)	No señala	Año	1950
Sede actual y dirección física (ciudad, país)	1500 21st Street NW Washington, DC 20036 EE.UU.		
Sitio web	https://www.icahdq.org/		
Responsable actual (nombre y cargo)	Laura Sawyer, Directora Ejecutiva		
Objetivo principal	Brindar oportunidades para que los miembros presenten investigaciones con el doble propósito de recibir comentarios sobre la investigación y para mejorar y avanzar en la carrera académica de un miembro.		
Actividades regulares	Celebra una <u>conferencia</u> anual de más de 2600 académicos en el campo de la comunicación de todo el mundo, junto con <u>conferencias regionales</u> más pequeñas. Publica una serie de <u>revistas</u> de alta calidad y <u>publicaciones relacionadas</u> , tanto de amplio alcance como especializadas. Apoya las actividades de investigación de sus integrantes.		
Publicaciones (impresas y digitales, periodicidad, sitios para descargar)	Revista ICA Manuales de comunicación Serie de libros en torno a las conferencias anuales Anuario de comunicación Guía para publicar revista de comunicación académica Enciclopedia de comunicación		
Tipos de miembros (individuales, institucionales, etc.)	Membresía individual desde 49 \$ Membresía de grupo		

Nombre	Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina		CIESPAL	
Lugar de fundación (ciudad, país)	Quito, Ecuador		Año	1959
Sede actual y dirección física (ciudad, país)	Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín - Quito, Ecuador. Telfs: (593 2) 254 8011			
Sitio web	www.ciespal.org			
Responsable actual (nombre y cargo)	Gissela Dávila Cobo, Directora General			
Objetivo principal	Generar acciones que fortalezcan la internacionalización de CIESPAL dentro de los espacios de integración y cooperación internacional (bilateral, multilateral y regional) a escala mundial, en los ámbitos de la educación, cultura, ciencia y tecnología, y comunicación, que posibiliten reposicionarla como un referente en el ámbito de la Comunicación.			
Actividades regulares	Cursos Presenciales Cursos Virtuales Talleres Abiertos y cerrados Seminarios de investigación Foros y conversaciones Cursos de actualización Publicación de libros			
Publicaciones (impresas y digitales, periodicidad, sitios para descargar)	Libros de ediciones Ciespal y otras publicaciones: http://ediciones.ciespal.org/			
Tipos de miembros (individuales, institucionales, etc.)				

Nombre	European Association of Communication Directors		EACD	
Lugar de fundación (ciudad, país)	Bruselas, Bélgica		Año	2006
Sede actual y dirección física (ciudad, país)	Asociación Europea de Directores de Comunicación Square de Meeûs 37 B-1000 Bruselas			
Sitio web	https://www.eacd-online.eu/			
Responsable actual (nombre y cargo)	Anthony Gooch, Director de Comunicaciones			
Objetivo principal	Atraer, inspirar e involucrar a los líderes de la comunicación actuales y futuros para impulsar la excelencia en l profesión			
Actividades regulares	Cumbre europea de comunicación, Premio Europeo de comunicación, Premio a Jóvenes comunicadores			
Publicaciones (impresas y digitales, periodicidad, sitios para descargar)	Sólo para miembros de la asociación			
Tipos de miembros (individuales, institucionales, etc.)				

Nombre	The American Communication Association	ACA	
		Año	1993
Lugar de fundación (ciudad, país)	Nueva Orleans, Louisiana Estados Unidos	Año	1993
Sede actual y dirección física (ciudad, país)	Estados Unidos		
Sitio web	http://www.americancomm.org		
Responsable actual (nombre y cargo)	Prof. Philip J. Auter, Executive Director		
Objetivo principal	Permitir el uso efectivo de tecnologías nuevas y en evolución para facilitar la instrucción de comunicación, la investigación y la crítica, y ofrecer un lugar de apoyo tecnológico para todos los que estudian las formas en que los humanos se comunican.		
Actividades regulares	Sin información		
Publicaciones (impresas y digitales, periodicidad, sitios para descargar)	Revista actualizada en línea http://www.ac-journal.org Libro de texto actualizado en línea http://publicspeakingproject.org/		
Tipos de miembros (individuales, institucionales, etc.)	Membresía gratuita		

Nombre	European Institute for Communication and Culture	EURICOM	
Lugar de fundación (ciudad, país)		Año	
Sede actual y dirección física (ciudad, país)	Kardeljeva ploščad 5 SI - 1000 Ljubljana Eslovenia		
Sitio web	http://euricom.si/		
Responsable actual (nombre y cargo)	Slavko Splichal, Director		
Objetivo principal	Profundizar en la investigación y publicación en las áreas generales de comunicación masiva, estudios de medios y estudios culturales		
Actividades regulares	Investigación en el campo de la comunicación y la cultura. Organización de coloquios de Comunicación y Cultura y programas educativos en el campo de la comunicación y la cultura. Consultorías sobre problemas de desarrollo de las comunicaciones; Organización de redes para vincular investigadores, usuarios de investigación y expertos en el campo de la comunicación y la cultura.		
Publicaciones (impresas y digitales, periodicidad, sitios para descargar)	Revista del <u>I Instituto Europeo de Comunicación y Cultura</u> http://javnost-thepublic.org/		
Tipos de miembros (individuales, institucionales, etc.)			

Nombre	Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa		ILCE	
Lugar de fundación (ciudad, país)	Fue creado bajo un convenio con la UNESCO y el gobierno de México		Año	1956
Sede actual y dirección física (ciudad, país)	Calle del Puente N° 45. Col. Ejidos de Huipulco, Delegación Tlalpan, C.P. 14380. Ciudad de México			
Sitio web	http://www.ilce.edu.mx/ contactoilce@ilce.edu.mx			
Responsable actual (nombre y cargo)	Presidente: Lic. Otto Granados Roldán, Secretario de Educación Pública de México			
Objetivo principal	Proponer, articular e impulsar iniciativas y proyectos de comunicación educativa de vanguardia que generen experiencias de aprendizaje significativo y con ello contribuir a la formulación de mejores políticas educativas, capaces de dar respuesta a las necesidades y aspiraciones de los pueblos de América Latina y el Caribe.			
Actividades regulares	Proyectos educativos Doctorado Maestrías Talleres Cursos Diplomados			
Publicaciones (impresas y digitales, periodicidad, sitios para descargar)				
Tipos de miembros (individuales, institucionales, etc.)				

Nombre	Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Académicas de Comunicación	CONFIBER-COM	
Lugar de fundación (ciudad, país)	Funchal (Madeira, Portugal)	Año	18 de abril de 2009
Sede actual y dirección física (ciudad, país)	Tarija, Bolivia		
Sitio web	https://confibercom.wordpress.com/		
Responsable actual (nombre y cargo)	<ul style="list-style-type: none"> • Presidencia titular: Karina Olarte Quiroz, Bolivia 		
Objetivo principal	Fomentar y debatir la producción científica iberoamericana en el ámbito de Ciencias de la Comunicación, a nivel nacional e internacional, teniendo en cuenta la importancia de las lenguas y culturas de los países, las entidades, miembros y destacando los diversos sistemas de información y comunicación del mundo contemporáneo.		
Actividades regulares	Promueve un congreso mundial de Comunicación Iberoamericana cada tres años. También realiza el Foro de CONFIBERCOM.		
Publicaciones (impresas y digitales, periodicidad, sitios para descargar)	Libros de investigadores asociados Memorias de los congresos o foros Boletines <ul style="list-style-type: none"> • Para descargar textos: http://confibercom.org/publicacoes/ • Para descargar boletines: http://confibercom.org/boletines-confibercom/ 		
Tipos de miembros (individuales, institucionales, etc.)	Socios institucionales		

Nombre	UNIÓN LATINA DE ECONOMÍA POLÍTICA DE LA INFORMACIÓN, LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA		ULEPICC	
Lugar de fundación (ciudad, país)	Sevilla, España		Año	2002
Sede actual y dirección física (ciudad, país)	España (Sede Regional Francia-Portugal-Italia)- Brasil (Regional Latinoamérica)			
Sitio web	https://ulepicc.org			
Responsable actual (nombre y cargo)	<u>Francisco Sierra Caballero, Presidente</u>			
Objetivo principal	<p>Abordar las transformaciones de las industrias culturales y las formas de poder, acceso y control de la información, la cultura y el conocimiento.</p> <p>Desarrollar un análisis del abordaje crítico de la concentración económica y la convergencia tecnológica de la radiodifusión, las telecomunicaciones y la informática, desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación.</p>			
Actividades regulares	<p>Congresos anuales con distintas temáticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Epistemología y Teoría de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura • Políticas de Comunicación y Cultura • Comunicación, ciudadanía y democracia • Estructura de la Comunicación • Nuevas Tecnologías de la Información, la Comunicación y el Conocimiento 			
Publicaciones (impresas y digitales, periodicidad, sitios para descargar)	<p>Revistas vinculadas a la institución (https://ulepicc.org/revistas/)</p> <p>Trabajos de grupos de investigación (https://ulepicc.org/ginvestigacion/)</p> <p>Trabajos del último congreso en Quito 2017 (https://ulepicc.org/llamada-a-trabajos-xi-congreso-internacional-ulepicc-2019-brasil/)</p>			
Tipos de miembros (individuales, institucionales, etc.)	Individual (llenar formulario con una validación de un socio activo de la institución. Inscripciones a partir de 10 euros para estudiantes)			

Apéndice 2

Sitios web académicos y buscadores especializados

A continuación, se presenta dos tablas con información sobre portales académicos y buscadores en Internet, respectivamente, que ofrecen importantes recursos documentales para la investigación comunicacional:

Nombre	Dirección web	Descripción	Documentos gratuitos
<p>Rede de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura - EpTIC</p>	<p>http://eptic.com.br/</p>	<p>Es un portal que busca crear una masa de bibliografía crítica en relación a las políticas culturales y los procesos complejos de comunicación, innovación, información y conocimiento, que interfieren en las prácticas sociales, valores y universos simbólicos y culturales, además de acercar a las comunidades culturales ibéricas y latinoamericanas y promover el debate crítico entre investigadores y docentes en comunicación formados a la luz de las consideraciones críticas, para favorecer la integración y la producción colectiva de conocimiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Artículos académicos - La Revista cuatrimestral - Libros - Monografías
<p>Pensar Iberoamérica</p>	<p>https://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/</p>	<p>Portal digital patrocinado por la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI). Proporciona artículos académicos de distintas disciplinas: Políticas culturales, Industrias Culturales, acceso a la comunicación, globalización, deportes y medios de comunicación, gestores culturales, educación cultural, identidad en la diversidad, ciudad en los imaginarios, patrimonios culturales y desarrollo humano.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Artículos académicos - Lectura dentro de la página.
<p>El Portal de la Comunicación</p>	<p>http://www.portalcomunicacion.com/</p>	<p>Es un sitio web desarrollado para encontrar contenido relacionado con la comunicación. Dentro de los recursos disponibles es posible encontrar 13 categorías editoriales, 16 categorías sobre lecciones, con descarga libre y los datos más importantes de las obras señalando título, autor y sitio de compra. También es posible encontrar un directorio de institutos, observatorios y grupos de investigación divididos por continente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lecciones - Tesis doctorales

<p>cc-doc Documentación en Ciencias de la Comunicación</p>	<p>http://ccdoci.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=about</p>	<p>Es un catálogo digital con documentación sobre comunicación social. La búsqueda de documentación se puede realizar de manera simple o con filtros, la búsqueda es más precisa si se busca por autor. Dentro de los resultados señala los siguientes datos: Título de la obra, autor, fecha, Descripción breve y en algunos casos la opción para descargar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Artículos académicos - Libros
<p>Infoamérica.org</p>	<p>https://www.infoamerica.org/</p>	<p>Es un portal con más de 15.000 artículos académicos seleccionados de distintas revistas iberoamericanas, divididas en 14 categorías o países. También tiene un observatorio sobre libertad de expresión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Artículos científicos y académicos
<p>Scielo</p>	<p>http://www.scielo.org/php/index.php?lang=es</p>	<p>SCIELO es una librería electrónica con cooperación de cada país para su almacenamiento, disseminación y evaluación de las publicaciones científicas. Dentro de esta plataforma se cuenta con 1.285 revistas activas, 745.182 artículos académicos y científicos. Con un examinador habilitado para buscar por nombre de la revista, país de origen o por región. Dentro de los resultados indica nombre de la institución editora, sitio web, periodicidad y su código ISSN.</p>	<p>No dispone de descarga libre dentro de la plataforma. Únicamente con links externos.</p>
<p>Redalyc</p>	<p>https://www.redalyc.org/home.oa</p>	<p>Es una hemeroteca científica en línea de libre acceso y un sistema de informaciones científica, que incorpora el desarrollo de herramientas para el análisis de la producción, la difusión y el consumo de literatura científica. Contiene 1291 revistas científicas con la opción de postular una revista que será revisada por el comité evaluador.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Artículos académicos y científicos

Scholarpedia	http://www.scholarpedia.org/article/Main_Page	<p>Scholarpedia es una enciclopedia de acceso abierto, revisada por pares, escrita y mantenida por expertos académicos de todo el mundo. Está inspirada en Wikipedia y pretende complementarla proporcionando un tratamiento académico profundo de los temas. Dentro de sus objetivos busca generar un espacio de discusión y de hacer del conocimiento una herramienta gratuita. Para ser parte del personal editor de contenido se requiere cuenta, que es gratuita.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Artículos de lectura dentro del sitio web.
Dialnet	https://dialnet.unirioja.es	<p>Es un portal bibliográfico con el objetivo de visibilizar la literatura científica americana. Su base de datos está conformada por 5 millones de documentos, 10.000 revistas científicas, 120.000 tesis doctorales, 400.000 libros. En muchos casos está disponible la descarga libre de estos documentos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Revistas científicas - Tesis doctorales - Libros - Artículos científicos - Artículos de libros
La Iniciativa de la Comunicación	http://www.commit.com/la/category/sites/latin-america	<p>El portal web surge de la alianza entre organizaciones internacionales líderes en temas desarrollo, interesadas en invertir recursos en el cambio del pensamiento, las políticas y la práctica de la comunicación. Su objetivo es crear un espacio para compartir, debatir e impulsar la comunicación efectiva para el cambio social en Iberoamérica. Dentro de los temas de discusión se encuentran distintas categorías: medios de comunicación (digital, cine, teléfono móvil, televisión), Estrategia de comunicación (cabildeo, participación comunitaria, mercadeo y tradiciones populares), comunicación y administración de medios y temas de desarrollo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Artículos académicos

<p>Latindex</p>	<p>http://www.latindex.org</p>	<p>Es un portal de información sobre las publicaciones científicas seriadas producidas en Iberoamérica. Incluye revistas de investigación científica, técnico-profesionales y de divulgación científica y cultural que se editan en América Latina, el Caribe, España y Portugal. El portal cuenta con un directorio con datos bibliográficos y un catálogo compuesto por las mejores revistas de la región.</p>	<p>Para ver el contenido se debe seleccionar la revista y dirigirse a la página señalada por LATINDEX.</p>
<p>Asociación Latinoamericana de Sociología</p>	<p>http://sociologialas.org/sobre-alas/</p>	<p>La página web se encuentra diseñada para promover la realización de encuentros sociológicos como seminarios, conferencias y foros. Buscar la vinculación y el intercambio entre académicos e intelectuales, así como con organizaciones sociales, científicas, culturales, políticas, gobiernos, organismos internacionales y otras instituciones científico-tecnológicas que compartan el empeño de producir nuevos conocimientos sobre la realidad y plantear alternativas a los problemas y desafíos de la región.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Revistas y libros de sociología - Revista Encrucijadas abiertas - Boletines informativos
<p>CLACSO</p>	<p>https://www.clacso.org.ar/</p>	<p>El portal digital de la CLACSO está compuesto por varias partes, la primera muestra las asociaciones pertenecientes, las promociones y publicaciones sobre investigación, cursos, seminarios, diplomas, postgrados. La parte con mayor contenido dentro de la página web, donde se halla la red de bibliotecas virtuales de ciencias sociales con más de 100.000 textos disponibles para descarga, con sistema de búsqueda por país, categoría o tipo de documento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tesis - Documentos de trabajo - Ponencias - Revistas - artículos
<p>Worldwidescience.org</p>	<p>https://worldwidescience.org/index.html</p>	<p>WorldWideScience.org es una página web que proporciona acceso a la ciencia global compuesta por bases de datos y portales científicos nacionales e internacionales. El principal objetivo de esta plataforma es el acelerar el descubrimiento científico y el progreso. Presenta datos de búsquedas en tiempo real, sobre literatura científica multilingüe.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Artículos - Libros

Nombre	Dirección web	Descripción	Vinculación de cuenta	Tipo de registro
Academia.edu	https://www.academia.edu/	<p>Es un buscador que permite seguir a investigadores, con cada documento que suben a la página web, aparece en tus noticias para poder descargarlo.</p> <p>Es un buscado de artículos académicos y científicos de libre descarga</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Requiere registro - Facebook - Google 	<ul style="list-style-type: none"> - Gratuita - Opción de más herramientas con pago
Research Gate	https://www.researchgate.net/	<p>ResearchGate es la red profesional para científicos e investigadores. Permite conectar a los investigadores, dar seguimiento a sus trabajos, calificarlos, compartir, discutir y en muchos casos colaborar. También es posible compartir proyectos y recibir colaboración o colaborar a otros usuarios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - LinkedIn - Facebook - Correo institucional - También es posible registro gratuito(limitado) 	<ul style="list-style-type: none"> - Gratuito
Teseo	https://www.educacion.gob.es/teseo/irGestionarConsulta.do	<p>Teseo es una base de datos que permite recuperar información sobre las tesis doctorales defendidas en las universidades españolas desde 1976. La búsqueda se realiza a partir del Título de la tesis, autor, NIF/NIE/Pasaporte, Universidad, fecha del curso. Dentro de los resultados obtenidos indica aparte de los datos mencionados con anterioridad señala tribunal, descripción, localización de la obra y un resumen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Doctorante - Usuario 	<ul style="list-style-type: none"> - Gratuito

<p>Google Académico</p>	<p>https://scholar.google.es/</p>	<p>Buscador especializado en literatura científica, su sistema de búsqueda es ordenado por relevancia de información y su disponibilidad de texto completo. Dentro de este buscador se puede encontrar: artículos, tesis, resúmenes, libros y citas del ámbito académico.</p>	<p>- Gmail</p>	<p>- Gratuito</p>
<p>Databases. unesco.org/thesaurus</p>	<p>http://vocabularies.unesco.org/browser/thesaurus/en/</p>	<p>El Tesouro de la UNESCO es una lista controlada y estructurada de términos utilizados en el análisis de temas y la recuperación de documentos y publicaciones en los campos de la educación, la cultura, las ciencias naturales, las ciencias sociales y humanas, la comunicación y la información. Continuamente enriquecido y actualizado, su terminología multidisciplinaria refleja la evolución de los programas y actividades de la UNESCO. Dentro de los resultados presenta un concepto genérico, su etiqueta alternativa, señala a que grupo pertenece, su escritura en otros idiomas y la opción de descarga para el término.</p>	<p>- Libre</p>	<p>- Gratuito</p>

Apéndice 3

Carta de La Paz

Foro de Presidentes de Asociaciones de Investigadores de la Comunicación en América Latina

Carta de La Paz

El pensamiento crítico latinoamericano

Este documento fue firmado en la ciudad de La Paz con motivo del VII Seminario Latinoamericano de Investigación en Comunicación y propone como marco un amplio programa de consenso y acciones institucionales que se desarrollarán en los próximos años. Tales acciones continúan una serie de iniciativas ya en curso, y promueven otras nuevas, que tienen como objetivo el diálogo fraterno para la construcción de una comunicación democrática y emancipadora al servicio de los pueblos de América Latina:

1. Los profundos cambios en la vida social, económica y política de las últimas décadas reconfiguran gran parte de la geopolítica mundial, lo que implica un nuevo reparto de poder, el reposicionamiento de los actores sociales y políticos, la aparición de nuevas conexiones, y en definitiva, la creación de una zona de incertidumbre en la que las antiguas posiciones se ponen en tela de juicio.
2. También las antiguas bases epistemológicas y teóricas, moldeadas a partir de la experiencia de un mundo eurocéntrico, pierden su marco sociológico con una realidad cuya comprensión se dificulta con estos supuestos. La coexistencia de diversos entornos culturales y económicos, difíciles de adscribir a un principio jerárquico de totalización, pone en cuestión el conocimiento hegemónico que

muestra la existencia de otras matrices epistemológicas, a las que debemos prestar atención. El conjunto de categorías derivadas del análisis de la función, ya no periférica, ocupada por América Latina en el modo de reproducción ampliada del capital, y un entorno de nuevas sensibilidades sociales, se vuelven esenciales para una mejor comprensión de lo global.

3. Desde hace tiempo se viene afirmando la centralidad, económica y política, de la comunicación y la cultura, hasta el punto de constituir un nuevo paradigma social, como afirma gran parte de la literatura. Un segmento importante del proceso de producción se extendió a sectores “intangibles”, donde el llamado “capital simbólico” y sus mercados agregan valor, y la llamada “nueva economía” pone sus fichas en la información y la cultura como un nuevo producto. A la vez, la generalización del financiamiento, nueva matriz desde la que se piensa el sistema de producción, presupone la existencia de una infraestructura eficaz para la información y la comunicación. Por otro lado, las nuevas identidades, las relaciones sociales de poder y nuevas culturalidades, están mediadas por tales sistemas.
4. Tal centralidad pone en tela de juicio los paradigmas de las ciencias de la comunicación todavía en boga en los sectores dominantes de la academia, deudores en gran parte de la parcialidad funcionalista e instrumental. Por lo tanto, el papel del pensamiento crítico en comunicación es superar estas deficiencias mediante la propuesta de modelos teóricos de comunicación más amplios. En este sentido se recupera la dimensión antropológica de la comunicación y la cultura, vinculándolas a los derechos humanos y al desarrollo de una praxis respetuosa de las diferencias en la concepción de lo humano, que tiene como tarea esencial y urgente, ir más allá de la dimensión estrictamente económica con las inevitables consecuencias en las políticas públicas y en la lucha por una sociedad más democrática e inclusiva.

5. La responsabilidad histórica del campo académico de la comunicación se deriva tanto de su carácter intrínsecamente interdisciplinario y transversal, capaz de establecer diálogos con las diferentes ciencias sociales, las humanidades, las artes, la tecnología, como de su posición en los procesos de mediación social, manteniendo la particularidad de su objeto: la comunicación humana. En el momento en que su modo de producción está cada vez más mediado por las tecnologías de la información y la comunicación, en el que se confunden los procesos materiales y simbólicos, es esencial que profesionales de los medios de comunicación, profesores, investigadores e intelectuales dedicados a esta materia, se adjudiquen un papel clave en la organización del trabajo intelectual, el que asume una centralidad sin precedentes en las estructuras de poder.

6. América Latina ha contribuido históricamente a la construcción del pensamiento crítico en el área de comunicación. En diversos momentos, intelectuales comprometidos de esta macro-región cultural incidieron en el debate internacional y, en la mayoría de los casos, de manera colectiva. Pese a ello, en muy pocas ocasiones sus trabajos más trascendentales y sus acciones tuvieron el debido reconocimiento por parte de aquellos que se han dedicado a escribir la historia de la comunicación en el mundo occidental. Nos corresponde a los intelectuales latinoamericanos, desde un pensamiento situado, liberado de paradigmas foráneos y enclaves coloniales, contar nuestra propia historia y evaluar críticamente las contribuciones de nuestros predecesores, dejando en claro que se trata de un proceso dialéctico de crítica interna a un pensamiento rico, vivo, capaz de contribuir, tanto al presente como al pasado, desde nuestro nivel de comprensión para hacer frente a los problemas tangibles del momento y al conocimiento de la realidad global que enfrentamos.

7. Alimentados por estas reflexiones irreverentes y propositivas, la identidad y el potencial del pensamiento comunicacional latinoamericano tienen origen en su inserción crítica en la situación histórica de una región marcada por el ideal de la emancipación; y su episteme se sitúa hoy en día como una alternativa real a las formas tradicionales de conocer, supuestamente universales, consagradas por el proyecto dominante de la modernidad colonial.
8. En este marco, la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) ha venido desarrollando en los últimos años, incluso en el espacio Iberoamericano, acciones importantes para el diálogo con otras asociaciones internacionales, regionales o mundiales, tratando de ampliar la capacidad de acción de investigadores de América Latina. Pero estas acciones sólo tienen sentido en la medida en que estén vinculadas a otras iniciativas destinadas a fortalecer las perspectivas de la región, así como el intercambio y las alianzas a través del diálogo interno también con el pensamiento social de América Latina en general. Lo que se pretende es valorizar la producción intelectual del continente y explicar sus características específicas (su carácter crítico, la vinculación con la práctica social, la participación democrática) fruto de fuentes, horizonte histórico e identidad compartidos en la diversidad que nos caracteriza y define nuestra capacidad de contribuir al conocimiento mundial.
9. En este sentido, ha sido fundamental la relación de ALAIC con las diferentes asociaciones nacionales de investigadores que conforman la región, y que han crecido en número y capacidad de acción en los últimos años. En este momento hay diez entidades nacionales de investigadores de la comunicación, algunas muy jóvenes, otras reconstituidas, que se reúnen hoy en el marco de ALAIC para sentar las bases de una tarea compartida para la recuperación y renovación de la proyección del pensamiento crítico en América Latina en el campo de la comunicación, a través de

una serie de acciones como seminarios regionales de investigación de la comunicación, creación de una plataforma digital que reúna el pensamiento comunicacional latinoamericano, y la exploración de vínculos que faciliten el trabajo, la producción y la difusión del conocimiento en todos sus aspectos.

César Ricardo Siqueira Bolaño

Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC)

Esperanza Pinto

Presidenta de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (ABOIC)

Sandra Liliana Osses

Presidenta de la Asociación Colombiana de Investigadores de la Comunicación (ACICOM)

María Elena Meneses

Presidenta de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC)

James Dettleff

Presidente de la Asociación Peruana de Investigadores de la Comunicación (APEIC)

Lorena Antezana
**Presidenta de la Asociación Chilena de Investigadores de la Comunicación
(INCOM-Chile)**

Andrés Cañizález
**Presidente de la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación
(INVECOM)**

Antonio Hohlfeldt
Presidente de la Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)

La Paz (Bolivia), 27 de septiembre de 2013

La investigación comunicacional en Bolivia, pese a los cambios cualitativos y cuantitativos que ha registrado desde la reactivación en 1999 de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (ABOIC), todavía no ha alcanzado los estándares académicos que son exigibles hoy a la especialidad ni tampoco una situación de reconocimiento y soporte en los centros universitarios, las instituciones públicas o las organizaciones no gubernamentales.

La gran mayoría de las Carreras de Comunicación universitarias en el país ofrecen diversas asignaturas relacionadas con este ámbito, pero no las suficientes ni siempre las más pertinentes. Y la práctica investigativa en o desde las aulas es aún incipiente.

Ante ese panorama, el Instituto de Investigación, Posgrado e Investigación en Comunicación (IpiCOM), de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Mayor de San Andrés, se propuso la preparación de este Repertorio estratégico para la investigación comunicacional, que se plantea como una guía dirigida a estudiantes y docentes del ramo y, es de desear, contribuya a suplir los vacíos con que se topan a momento de encarar un trabajo investigativo.

Este documento discute inicialmente la situación y las necesidades de la formación para la investigación comunicacional, a partir de lo que enfatiza la urgencia de impulsar la aplicación de una "pedagogía de la investigación". Luego expone aspectos fundamentales de la investigación comunicacional, sus corrientes y su proceso, así como sustenta la noción clave de *repertorio* estratégico. La "caja de herramientas" que presenta después ofrece una sistematización original y abarcadora de las principales técnicas y los más usuales instrumentos de la investigación de hechos y procesos de la comunicación. El texto se completa con una serie de sugerencias didácticas para la formación de investigadores en el área.

Este Repertorio incluye también dos esquemas orientadores –uno sobre la *estructura tipo de un proyecto de investigación* y otro con la *estructura tipo de un informe de investigación*–, aparte de una serie de indicaciones sobre fuentes de información, las que comprenden un Anexo especial sobre las *revistas académicas iberoamericanas de Comunicación* que está publicado en versión PDF.

Es, pues, de esperar que este Repertorio contribuya a fortalecer la formación para la investigación comunicacional en los centros universitarios del país y a consolidar la comunidad académica nacional de la especialidad.

ISBN: 978-99974-959-5-2



9 789997 495952



Instituto de Investigación Posgrado e Interacción Social en Comunicación
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL - UMSA



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



CARRERA DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN SOCIAL
UMSA