

ANTOLOGÍA

INVESTIGACIÓN PARA LA COMUNICACIÓN

Buttén de León, Marcial Ranulfo

Antología investigación para la comunicación / Marcial Ranulfo Buttén de León, María Elena Salazar Peña .—Ciudad de México : Colofón ; Universidad Autónoma de Tamaulipas, 2019
103 págs. ; 17 x 23 cm.

1. Comunicación – Investigación I. Salazar Peña, María Elena, coaut.

LC: HN114 B87

DEWEY: 306.0972 B87

Centro Universitario Victoria
Centro de Gestión del Conocimiento. Tercer Piso
Cd. Victoria, Tamaulipas, México. C.P. 87149
consejopublicacionesuat@outlook.com

D. R. © 2019 Universidad Autónoma de Tamaulipas
Matamoros SN, Zona Centro Ciudad Victoria, Tamaulipas C.P. 87000
Consejo de Publicaciones UAT
Tel. (52) 834 3181-800 • extensión: 2948 • *www.uat.edu.mx*



Fomento Editorial Una edición del Departamento de Fomento Editorial
de la Universidad Autónoma de Tamaulipas

Edificio Administrativo, planta baja, CU Victoria
Ciudad Victoria, Tamaulipas, México
Libro aprobado por el Consejo de Publicaciones UAT
ISBN UAT: 978-607-8626-34-2

Colofón

Franz Hals núm. 130, Alfonso XIII
Delegación Álvaro Obregón C.P. 01460, Ciudad de México
www.paraleer.com/colofonedicionesacademicas@gmail.com
ISBN: 978-607-8663-89-7

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra incluido el diseño tipográfico y de portada, sea cual fuera el medio, electrónico o mecánico, sin el consentimiento del Consejo de Publicaciones UAT.

Impreso en México • *Printed in Mexico*

El tiraje consta de 300 ejemplares

Este libro fue dictaminado y aprobado por el Consejo de Publicaciones UAT mediante un especialista en la materia. Asimismo fue recibido por el Comité Interno de Selección de Obras de Colofón Ediciones Académicas para su valoración en la sesión del primer semestre 2019, se sometió al sistema de dictaminación a “doble ciego” por especialistas en la materia, el resultado de ambos dictámenes fue positivo.

ANTOLOGÍA

INVESTIGACIÓN PARA LA COMUNICACIÓN

Dr. Marcial Ranulfo Buttén de León
Dra. María Elena Salazar Peña



UAT



Consejo de
Publicaciones



Fomento
Editorial



COLOFÓN



Ing. José Andrés Suárez Fernández
PRESIDENTE

Dr. Julio Martínez Burnes
VICEPRESIDENTE

Dr. José Manuel Capello y García
SECRETARIO TÉCNICO

C.P. Guillermo Mendoza Cavazos
VOCAL

Dra. Rosa Issel Acosta González
VOCAL

Lic. Víctor Hugo Guerra García
VOCAL

Consejo Editorial del Consejo de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Tamaulipas

Dra. Lourdes Arizpe Slogher • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Amalio Blanco** • Universidad Autónoma de Madrid, España | **Dra. Rosalba Casas Guerrero** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Francisco Díaz Bretones** • Universidad de Granada, España | **Dr. Rolando Díaz Lowing** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Manuel Fernández Ríos** • Universidad Autónoma de Madrid, España | **Dr. Manuel Fernández Navarro** • Universidad Autónoma Metropolitana, México | **Dra. Juana Juárez Romero** • Universidad Autónoma Metropolitana, México | **Dr. Manuel Marín Sánchez** • Universidad de Sevilla, España | **Dr. Cervando Martínez** • University of Texas at San Antonio, E.U.A. | **Dr. Darío Páez** • Universidad del País Vasco, España | **Dra. María Cristina Puga Espinosa** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Luis Arturo Rivas Tovar** • Instituto Politécnico Nacional, México | **Dr. Aroldo Rodrigues** • University of California at Fresno, E.U.A. | **Dr. José Manuel Valenzuela Arce** • Colegio de la Frontera Norte, México | **Dra. Margarita Velázquez Gutiérrez** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. José Manuel Sabucedo Cameselle** • Universidad de Santiago de Compostela, España | **Dr. Alessandro Soares da Silva** • Universidad de São Paulo, Brasil | **Dr. Akexandre Dorna** • Universidad de CAEN, Francia | **Dr. Ismael Vidales Delgado** • Universidad Regiomontana, México | **Dr. José Francisco Zúñiga García** • Universidad de Granada, España | **Dr. Bernardo Jiménez** • Universidad de Guadalajara, México | **Dr. Juan Enrique Marcano Medina** • Universidad de Puerto Rico-Humacao | **Dra. Ursula Oswald** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Arq. Carlos Mario Yori** • Universidad Nacional de Colombia | **Arq. Walter Debenedetti** • Universidad de Patrimonio, Colonia, Uruguay | **Dr. Andrés Piqueras** • Universitat Jaume I, Valencia, España | **Dr. Yolanda Troyano Rodríguez** • Universidad de Sevilla, España | **Dra. María Lucero Guzmán Jiménez** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dra. Patricia González Aldea** • Universidad Carlos III de Madrid, España | **Dr. Marcelo Urrea** • Revista Latinoamericana de Psicología Social | **Dr. Rubén Ardila** • Universidad Nacional de Colombia | **Dr. Jorge Gissi** • Pontificia Universidad Católica de Chile | **Dr. Julio F. Villegas** • Universidad Diego Portales, Chile | **Ángel Bonifaz Ezeta** • Universidad Nacional Autónoma de México

Índice

Presentación	11
Introducción	13
Unidad 1: La historia, los medios y la comunicación	15
1.1 La historia de la historia	17
1.2 La historia de los medios	17
1.3 La historia de la comunicación	16
1.4 La historia de la prensa	19
1.5 La historia de la radio y la televisión	19
1.5.1 La historia de la radio en México	19
1.5.2 La historia de la televisión en México	19
Unidad 2: Conocimiento	21
2.1 Tipos de conocimiento	21
2.2 El conocimiento científico	22
2.3 Características del conocimiento científico	22
2.4 Rasgos diferenciales del conocimiento científico	23
2.5 El conocimiento empírico	23
2.6 El conocimiento teórico	23
Unidad 3: La ciencia	25
3.1 Definición de ciencia y funciones	25
3.1.1 Con respecto a las funciones de la ciencia. las preguntas serían: ¿Qué hace la ciencia? ¿Qué estudia?	25
3.2 Clasificaciones de la ciencia	26
3.3 La ciencia como producto humano	26

Unidad 4: Fundamentos de la investigación en comunicación	27
4.1 Los sectores de la investigación en comunicación	28
4.1.1 Emisores	28
4.1.2 Contenidos y mensajes mediáticos	29
4.1.3 Medios	30
4.1.4 Audiencias	31
4.1.5 Procesos y efectos mediáticos	31
Unidad 5: Los procedimientos de las investigaciones cuantitativas y cualitativas	33
5.1 Origen y desarrollo de los paradigmas cualitativos y cuantitativos	34
5.2 Conceptos básicos de las investigaciones cuantitativas	39
5.3 Tipos de variables	40
5.4 Comprobación de hipótesis	41
5.5 Fiabilidad y validez	41
5.5.1 Tipos de validez	42
5.6 Niveles de medición	43
5.7 Encuestas investigativas: asociaciones medios	45
5.8 Orígenes de las encuestas de opinión	45
5.9 Definición y objetivos de las encuestas	46
5.9.1 División de las encuestas	47
5.9.2 Tipos de encuestas	49
5.9.2.1 Telefónica	49
5.9.2.2 Correo	50
5.9.2.3 Cara a cara	51
5.10 La elaboración del cuestionario	51
5.10.1 Elementos del cuestionario	52
5.10.2 La prueba piloto	53
Unidad 6: Definición de muestra y técnicas de muestreo	55
6.1 Técnicas de muestreo	55
6.2 Manejo de los datos cuantitativos	57
Unidad 7: El proceso de Investigación Cualitativa	59
7.1 El proceso en etapas	60
7.1.1 Generación de ideas	60

7.1.2 El planteamiento del problema	61
7.1.3 Selección del diseño	62
7.1.4 Elaboración del marco teórico	62
7.1.5 La selección de la muestra	63
7.1.6 La recogida de la información e instrumentos	63
7.1.6.1 Los instrumentos en la recogida de la información	65
Unidad 8: Tipos de investigación	71
8.1 Características de la investigación documental	72
8.2 La documentación en los medios de comunicación: situación actual y perspectivas de futuro	73
PRIMERA PARTE: Estado de la cuestión	74
SEGUNDA PARTE: Prospectiva	85
8.3 Investigación de campo	90
Unidad 9: Grupos de discusión	91
9.1 El origen de los grupos de discusión	91
9.2 La técnica de los grupos	92
9.3 Tipología de los grupos de discusión	92
9.4 Características de los grupos de discusión	93
9.5 La investigación con grupos de discusión	96
9.6 Ventajas e inconvenientes de los grupos de discusión	97
Referencias bibliográficas	99
Referencias electrónicas	100
Anexos	101

Presentación

La realización de este trabajo se fundamenta en la intención del autor de reunir textos dedicados a la investigación para la comunicación aportados por varios autores, en un solo documento, denominado antología.

Antología procede de dos componentes de origen griego, siendo, el primero, *anthos* que significa “flor” y *lego* que quiere decir “escoger”; es decir, una antología, es algo más que un conjunto de flores que han sido seleccionadas para atender la exigencia de conocimientos sobre un asunto determinado.

Se puede decir que esta expresión hace referencia, a una compilación seleccionada de diferentes autores, que versan sobre un asunto específico, en este caso, sobre la investigación para la comunicación. La elaboración de esta recopilación tiene como objetivo apoyar con conocimientos teóricos-prácticos a los alumnos del tercer semestre de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Unidad Académica de Derecho y Ciencia Sociales, perteneciente a la Universidad Autónoma de Tamaulipas, con el fin de contribuir con material didáctico con los planes y programas de estudios de la denominada Generación del Conocimiento.

Este compendio ha sido integrado procurando proporcionar todos aquellos conocimientos que pudieran ser de utilidad para las personas involucradas en la investigación; ya que ofrece información actualizada en un esquema sencillo, claro y generalizado que permite adentrarse al mundo de la indagación. Al mismo tiempo, mantiene el interés del lector en cada una de sus unidades, en virtud de que su contenido no se limita a un solo enfoque o paradigma, sino que provee diferentes puntos de vista que permiten al lector enriquecer sus conocimientos, así como fortalecer sus competencias como investigador.

La investigación para la comunicación se sustenta en el método científico, basamento indiscutible para su estructura metodológica. En este campo se precisan la técnica y el enfoque para analizar los distintos

fenómenos que ocurren hoy en día en torno a la comunicación a través de los distintos medios.

Esta antología es el resultado de una investigación documental que permite considerar las opiniones de diversos autores que contribuyen a la integración de una propuesta pedagógica centrada en un compendio sobre la investigación en comunicación; cuyo diseño favorece el aprendizaje de los estudiantes del tercer semestre de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Unidad Académica de Derecho y Ciencia Sociales perteneciente a la Universidad Autónoma de Tamaulipas, y de todas aquellas personas que transitan y dejan huella en el fascinante mundo de la investigación.

Introducción

Esta antología se dirige a todas aquellas personas que transitamos en el fascinante mundo de la investigación científica, este trabajo es una aportación al mecanismo enseñanza-aprendizaje que se imparte en la escuela de ciencias de la comunicación perteneciente a la Unidad Académica de Derechos y Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Tamaulipas.

Investigar en comunicación significa replantear un nuevo corpus teórico, anclado en los diferentes enfoques epistémicos que han aportado teorías y leyes para proporcionar una mayor comprensión de este paradigma.

Como docente de esta institución fue posible percibir la necesidad que tienen los alumnos del tercer semestre de la carrera de Ciencias de la comunicación, de contar con un texto que describiera de manera lógica y sencilla los elementos que constituyen y dan forma al proceso de investigación en comunicación. Ante esta situación de proporcionar al alumnado los conocimientos necesarios y pertinentes sobre esta asignatura, nació la idea de realizar una antología que describiera los elementos básicos y fundamentales en que se sustenta este paradigma.

La antología se estructuró en nueve unidades. En la unidad 1 se describe la historia de los diferentes medios de comunicación, la prensa, la radio y la televisión, así como el surgimiento del concepto de *sociedad mediática* coincidiendo con el rápido establecimiento de la televisión a nivel mundial, y haciendo énfasis en el origen y desarrollo de este medio masivo de comunicación en México.

La unidad 2 habla sobre el conocimiento, su origen, tipos y características y los rasgos diferenciables del conocimiento científico. La unidad 3 presenta la ciencia, sus funciones, clasificaciones y su aportación como producto a la humanidad.

La unidad 4 se refiere a los aspectos fundamentales de la investigación en comunicación, detallando en forma clara y precisa las funciones del emisor y el receptor, los contenidos y mensajes mediáticos que fluyen en

la interacción de estos elementos, así como su producto final. La unidad 5 describe los dos grandes paradigmas de la investigación, cuantitativo y cualitativo y su aportación a la indagación en comunicación, además referencia a las diferentes técnicas de recopilación de datos y su fiabilidad y validez.

En la unidad 6 se exponen las diferentes técnicas de muestreo dependiendo del enfoque en el cual se ha diseñado la investigación. Tejiendo las diferentes unidades que forman parte de esta antología la unidad 7 relata las etapas que intervienen en la realización de una investigación con una metodología cualitativa.

La unidad 8, expone un artículo de Luis Codina sobre la documentación en los medios de comunicación donde explica las visiones de producción de noticias, sus funciones y su incidencia en los medios. Para finalizar el contenido de esta compilación sobre investigación en comunicación la unidad 9 pormenoriza sobre el origen de los grupos de discusión, su tipología y característica, su técnica y aportación a una investigación cualitativa.

En forma de resumen, la antología se presenta con una descripción sencilla y amena que permite al lector adentrarse al mundo de la investigación, además para enriquecer los aspectos visuales se plasman tablas y figuras que complementan y facilitan la adquisición de conocimientos.

Unidad 1

La historia, los medios y la comunicación

El campo de las investigaciones sobre medios y comunicación surgió durante el último medio siglo, (1950), en la intersección de diversas disciplinas y facultades, mismas que se habían conformado durante un periodo de 200 años. En 1798, en la época de conformación de la universidad como una institución de investigaciones moderna, (Fallon, 1980; Rudy, 1984, mencionado por Bruhn 2014.13). Hace aproximadamente 100 años, las ciencias sociales se desligaron gradualmente de las humanidades a fin de producir nuevas formas de entender las cada vez más complejas sociedades modernas, donde es necesario contar con más académicos para impartir los nuevos conocimientos.

Hace unos 50 años, se empezó a configurar un campo interdisciplinario de investigaciones en respuesta al creciente papel que la comunicación *masiva* proveniente de los libros, la prensa y las transmisiones radiofónicas y televisivas desempeñaba en la sociedad.

Este campo se basaba en conceptos y métodos derivados de las humanidades como de las ciencias sociales y, hasta cierto grado de las ciencias naturales.

Con el surgimiento en las últimas décadas de los nuevos medios digitales -internet y los teléfonos móviles o celulares y la digitalización continua de los “viejos” medios-, la importancia del campo en las prácticas políticas, económicas y culturales es más importante y medular que nunca antes; a la vez que se esfuerza en prever qué vendrá después de la comunicación de masas.

El área de las investigaciones sobre medios y comunicación a lo largo de su breve historia ha sido un espacio de divisiones y, ocasionalmente, de conflictos entre las facultades involucradas, (filosofía, psicología). La mayoría de las corrientes de investigación adoptan descripciones sumarias de ideas clave como información, comunicación y acción.

Los medios son vehículos de información: proporcionan representaciones e ideas sobre la realidad, articulándose mediante palabras, imágenes y sonidos; los medios son canales de comunicación: ponen la información al alcance de los comunicadores, al tiempo que permiten a estos comunicarse entre sí.

En el futuro, una prueba de la madurez y la viabilidad del campo será si resulta capaz de eliminar las divisiones persistentes o de tender un puente entre las diferentes corrientes de investigación y entre la comunicación *masiva* y la comunicación *interpersonal* (Brauhn, 2014:13).

A fin de contextualizar el desarrollo de los estudios de los medios y la comunicación a través del tiempo, será necesario considerar la constitución de la historia como disciplina académica.

A través de las diferentes secciones que se presentarán en esta unidad se examinarán cuestiones teóricas y metodológicas relacionadas con la historiografía (la práctica de escribir historia), para ilustrar algunos de los problemas específicos relacionados con la elaboración de la historia de los medios y la comunicación.

La historiografía debe ocurrir después de los sucesos que tienen lugar en el presente en que se “hace” la historia y es por eso un proceso retrospectivo. El presente debe entrar al pasado para volverse visible e inteligible, para que se pueda escribir, en este proceso la historia comienza a aparecer.

Resulta importante la pregunta ¿cuánto tiempo tiene que pasar para que el presente, (en que se hace la historia), ingrese al pasado, convirtiéndose así en un tiempo histórico?

La transición del presente al pasado, es el tiempo de las generaciones; el proceso de cambio y renovación durante el cual las generaciones más viejas (de personas, cosas, tecnologías), empiezan a envejecer y morir a la vez que, al mismo tiempo, las nuevas generaciones de personas, cosas y tecnologías nacen y empiezan a madurar.

Hoy las funciones y los usos sociales de los teléfonos móviles (celulares) y de internet, se encuentran en gran medida en su infancia. La importancia duradera de, digamos, Facebook y Twitter por ahora solamente puede ser motivo de conjeturas. Dentro de 30 años, otra generación de académicos sin duda observará desde el punto de vista donde se encuentren empezar a evaluar el impacto y la importancia a largo plazo de las nuevas tecnologías de nuestros días.

Sin embargo, nosotros simplemente no podemos decirlo, porque no podemos saberlo. No obstante, lo que sí podemos hacer es iniciar la evaluación de la importancia duradera de los medios que alguna vez fueron nuevos y hoy son **viejos**, la radio, la televisión, la imprenta.

Los nuevos medios no han desplazado a ninguno de estos tres, todos sin duda se han visto afectados por ellos. La radio y el cine sufrieron un fuerte impacto por parte de la televisión en la década de 1950, como esta última a

su vez ha sido profundamente afectada en el curso de la última década por la adopción social en escala global de internet y sus aplicaciones.

La entrada al pasado de aquello que en el presente es nuevo siempre constituye el inicio de la historia.

1.1 La historia de la historia

La profesionalización de la historia inició en el siglo XIX. La cátedra de la materia en la Universidad de Oxford se instituyó en 1848. En su conferencia inaugural, el primer catedrático real de historia, H.H. Vaughan, definió: “La tarea del historiador como la revelación de los cambios críticos en la condición de una sociedad”.

A partir de finales del siglo XIX, la historia se desarrolló como una disciplina académica autónoma, se establecieron departamentos de historias independientes con programas de estudios que incluían doctorados a fin de preparar a los futuros historiadores.

Se crearon asociaciones profesionales, se establecieron programas de enseñanzas en licenciatura y posgrado y se introdujo dentro de los nacientes dominios de las humanidades y las ciencias sociales un currículo, para el estudio de la historia como materia académica.

1.2 La historia de los medios

Lo que se puede decir sobre los medios es que el sentido en que comúnmente se usa hoy, es parte habitual del vocabulario de todos, se acuñó a principios de la década de 1960. El uso anterior del término en su forma inglesa *medium*, provenía de la moda del espiritismo que se extendió mundialmente a finales del siglo XIX, una moda que Peter (mencionado por Bruhn, 2014:351) ha demostrado, convincentemente, se vinculaba con la influencia de la nueva tecnología de comunicación: el telégrafo y el teléfono.

El concepto de una “sociedad mediática” aparece por primera vez en la década de 1960 y coincide con el rápido establecimiento de la televisión como el *medio* predominante en la vida cotidiana europea. En su uso cotidiano actual, el término es un reconocimiento de que en nuestra sociedad la prensa y las transmisiones radiofónicas y televisivas son instituciones sociales medulares y parte de la vida cotidiana de todo el mundo que se da por sentado; pero la sociedad mediática tal como la entendemos, tuvo su origen en la segunda mitad del siglo XIX.

La comunicación y los medios requieren diferentes métodos y enfoques. Necesariamente, las historias escritas se relacionan con el pasado,

¿pero cuánto tiempo debe pasar antes de que sea posible escribir una historia? La historia de la imprenta se remonta a varios siglos, la historia de la televisión, 68 años, internet, 24 años con base en su adopción social general.

A fin de que una historia aparezca, tiene que haber cierta distancia entre el tiempo presente (en que se escribe la historia) y el tiempo pasado (sobre el que se va escribir).

En otras palabras, quizás no sea posible todavía escribir una historia de los “medios” ya que esto presupone una síntesis tan reciente que sus lineamientos históricos apenas resultan visibles en la actualidad.

En cambio, lo que si podemos encontrar como señala (Dahl; (mencionado por Bruhn, 2014:358) son las historias institucionales de ciertos medios en particular: la prensa, la radio y la televisión.

1.3 La historia de la comunicación

En todas las sociedades, la lengua es el tipo de comunicación fundamental y universal, más exactamente el lenguaje oral o el habla. Sabemos que los sistemas de escritura, como procedimiento oral, se crearon muchísimo más tarde, hace unos 7 000 años. Hubo diversos sistemas de escritura, aunque hoy predominan en dos: los sistemas alfabéticos -sobre todo el alfabeto romano-, aunque hay otros (el griego, el cirílico)= y los sistemas ideográficos (el chino, el japonés).

Estos dos tipos de comunicación -la escritura y el habla- se vinculan íntimamente, pero sin duda alguna el lenguaje oral es ontológicamente (tanto como históricamente) anterior. Es decir, el habla forma parte integral de nuestra forma de ser (humanos): hay quien diría que es la característica que define a la especie.

Todas las sociedades humanas poseen un lenguaje oral, son muchas menos, las que cuentan con un sistema de escritura desarrollado.

Los sistemas de escritura, afirmaba Innis (mencionado por Bruhn, 2014:353) se desarrollaron como un medio para coordinar y controlar las actividades humanas a través de un tiempo y un espacio extendido.

La escritura es un sistema de registro: una forma de anotar las cosas a fin de que sea posible transmitir datos a través de grandes distancias y conservarlos a través del tiempo como un registro material de lo que se ha hecho.

Los mensajes grabados con martillo y cincel en materiales duros y perdurables tales como granito y mármol poseen carácter monumental que perdura a través de los siglos.

Los mensajes escritos en materias suaves y ligeras, como el papiro o el papel (inventado en China y disponible en Europa, gracias a los moros, desde el siglo XIII) son portátiles y se pueden transportar a través de grandes distancias con facilidad.

1.4 La historia de la prensa

Los periodos de estructuración de la prensa, la radio y la televisión son muy diferentes. Los periódicos tal y como los conocemos hoy (América y Europa) se remontan al siglo XVII. La tecnología de la telefonía inalámbrica se creó a finales del siglo XIX y su aplicación social extensa gracias a la radio empezó tras la segunda guerra mundial.

1.5 La historia de la radio y la televisión

La radio y la televisión son productos del siglo XX y su importancia temporal, al igual que sus descripciones, sólo han empezado a surgir recientemente, la más antigua y prolongada transmisión de radio y televisión, es la del inglés Asa Briggs, quien empezó a elaborar la historia institucional de la BBC en la década de 1950. (Bruhn, 2014: 346-363).

1.5.1 La historia de la radio en México

Los primeros datos de la radio en México provienen de la ciudad de Monterrey, en 1921. Es ahí donde el ingeniero Constantino de Tárnava, realiza la primera transmisión radial con una potencia de 50 watts, que, según reportes recibidos posteriormente, pudo ser escuchada en varios países sudamericanos, e incluso llegó hasta Nueva Zelanda.

A fin de conseguir financiamiento para sus transmisiones, el ingeniero Tárnava empieza a vender, entre sus conocidos, tiempo para anuncios comerciales y aparatos receptores, con el objeto de aumentar el número de radioescuchas, y así es como nace la radio comercial en México.

En sus comienzos, esta estación difundía año grabada, pero en 1923, año en que adopta el nombre de 24-A experimental (correspondiente al número que se le asignó), y comienza a transmitir música en vivo: (De Andas: 2003:66).

1.5.2 La historia de la televisión en México

1934

El ingeniero Guillermo González Camarena, comienza a realizar, ayudado por las actrices de radio Rita Rey y Emma Telmo, un

programa experimental de televisión. El equipo empleado había sido construido por el propio ingeniero.

1935

El presidente Lázaro Cárdenas apoya los experimentos del ingeniero y disponen que se le facilite a éste, para que trabaje en ellos, los estudios de la radiodifusora XEFO del Partido Nacional Revolucionario. Esta emisora trae a México en junio de 1935, un equipo de televisión.

1940

El ingeniero González Camarena patenta en México y en los Estados Unidos un sistema de televisión denominado *Tricomático*, basado en los colores, rojos, verde y azul.

1942

González Camarena abandona los experimentos en circuito cerrado y realiza, a través de la estación XHIGC, la primera transmisión de televisión en México enviando la señal por espacio aéreo.

1944-1946

Los gobiernos de Manuel Ávila Camacho y de Miguel Alemán Valdés, reciben numerosas solicitudes de concesión para operar comercialmente canales de televisión por parte de diversos empresarios mexicanos y extranjeros: (radio, prensa y televisión.blogspot.mx).

Unidad 2

Conocimiento

Al conocimiento se le puede definir como todo aquello que capta la mente humana de los fenómenos que la circundan. El conocimiento requiere de la existencia de tres elementos básicos.

Un sujeto o persona que conoce.

Un objeto de conocimiento.

Una relación entre el sujeto que conoce y el objeto del conocimiento.

A través del tiempo diversas corrientes del pensamiento han explicado el sujeto y el objeto de conocimiento. En el siglo XX sobresalieron cuatro tipos de relación entre el sujeto cognoscente y el objeto de conocimiento.

El idealismo, es una corriente filosófica que sostiene que el hombre está impedido para conocer la realidad.

El realismo, corriente filosófica también denominada materialismo, que establece la experiencia como único camino de acceso al conocimiento.

El eclecticismo, que se considera un método filosófico y que consiste en escoger entre diversas teorías la más aceptable para formar una doctrina coherente, sistemática y organizada.

El modelo dialéctico actúa en contra del predominio del modelo idealista y mecanicista y una interacción de ambos: (Eyssautier, 2007:62-63).

2.1 Tipos de conocimiento

Dependiendo de dónde procedan sus fuentes y las características del objeto que se quiere conocer, éste puede ser:

Conocimiento vulgar. Es aquel que se adquiere en la vida cotidiana del trato con los hombres y la naturaleza. Su carácter es superficial, empírico y no sistematizado.

Conocimiento popular. Es la información que se transmite sin una crítica de las fuentes que la validan, va dirigida al público en general y su lenguaje es sencillo. Dentro de este tipo de conocimiento se incluyen la información periodística, radiofónica, televisiva, etc.

Conocimientos de divulgación. Se caracterizan por que en estos existe una crítica razonada de las teorías expuestas, una explicación somera de finalidad de las fuentes de información y por qué los datos son recopilados directamente de investigadores de primera mano.

Conocimiento científico. Se refiere a los nuevos conocimientos que tienen la finalidad de predecir y explicar la conducta de los fenómenos. Están basados en una severa aplicación del método (Munch, 2014:27-28).

2.2 El conocimiento científico

El conocimiento científico forma parte del proceso histórico caracterizado por el hecho de cada periodo histórico supone una ruptura epistemológica con el precedente, entendiéndose esa ruptura como un cambio de paradigma o de modelo de la realidad.

El desarrollo del conocimiento científico se produce a partir de dos procesos distintos: un período de desarrollo normal donde se da una situación dominada por un paradigma concreto y un periodo donde surge una corriente diferente a la establecida en el período normal, y a partir de ahí se adquiere una metodología, léxico, técnicas, etcétera.

El periodo normal anterior al conocimiento científico se basaba en el conocimiento filosófico, en el método reflexivo donde las teorías eran puras abstracciones conceptuales. Poco a poco surge esa corriente diferente que va dejando hueco a nuevas técnicas, metodologías y léxicos, que, conjugándolo con lo anterior, da lugar al conocimiento científico. (Albert, 2007:5).

2.3 Característica del conocimiento científico

El conocimiento científico, reconocido como un sistema de ideas establecido, corresponde tanto a la ciencia fáctica como la formal. El conocimiento científico, se caracteriza principalmente por el método que utiliza, y ese método es el **método científico**, y sus características principales son las siguientes.

Objetividad. Un conocimiento es objetivo cuando se corresponde con la realidad del objeto y lo describe o explica tal cual es y no como nosotros desearíamos que fuera.

Sistematicidad. El conocimiento científico es un tipo de conocimiento ordenado, consistente y coherente en sus elementos.

Metodicidad. El conocimiento científico es fruto o consecuencia de un plan cuidadosamente previsto en función de los objetivos específicos en la hipótesis de trabajo formulada para resolver una interrogante o problema de estudio.

Racionalidad. La ciencia utiliza la razón como la vía esencial para llegar a sus resultados.

Otras características. Analítico, fáctico, comunicabilidad, abierta, útil (Padilla, 2012:5, Albert, 2007:7).

2.4 Rasgos diferenciales del conocimiento científico

Algunos rasgos que caracterizan a todo conocimiento científico, según García Jiménez, mencionado por Albert (2007:6), indican:

- No es exacto ni infalible.
- Es fragmentario.
- Sin rumbo imprevisibles, auto correctivo.
- Es acumulativo.
- Es siempre positivo.
- Permite fijar objetivos y verificar cumplimiento.

2.5 El conocimiento empírico

Este tipo de conocimiento se refiere al hecho de que el sujeto llega a reconocer, a diferenciar, las cosas casi por rutina, por simple experiencia o práctica, cualquiera sabe que, si se introduce un vaso con agua en un refrigerador éste se congelará, pero muchas personas desconocen el por qué.

Este tipo de conocimiento es el empírico, son conocimientos que se obtienen, únicamente, por la experiencia, a fuerza de repetirlos una y otra vez.

El sujeto con el simple hecho de vivir y de relacionarse con los demás y con el mundo que lo rodea aprende sin necesidad de saber por qué es así y no de otra manera. El conocimiento empírico se obtiene de la relación del ser humano con los objetos.

La misma palabra empírica da la idea de que se trata de poner en práctica, es decir, por la práctica, por la experiencia (empírica, palabra griega que significa: lo que se ha podido saber por la experiencia).

2.6 El conocimiento teórico

El conocimiento teórico es aquel conocimiento que sólo se conoce en teoría y que no es posible ser comprobado, el conocimiento teórico es un cúmulo de conocimientos de suma importancia, este acopio de conocimiento ha sido posible porque se le ha construido, el problema radica cuando sólo se repite a ciegas dicho conocimiento sin tener la menor oportunidad de comprobarlo.

Tanto el conocimiento empírico como el teórico son dos niveles de conocimientos importantes para el ser humano, ya que ambos se complementan (Reza, 1997: 69-71).

Unidad 3

La ciencia

Etimológicamente, ciencia procede del verbo *seire*, que significa saber, y en su acepción más general, ciencia equivale a toda clase de saber. Sin embargo, este concepto, aunque tuvo su sentido en la época de su amanecer (la civilización griega), actualmente resulta demasiado amplio, ya que existían muchos modos de saber, como el arte, la religión, etcétera, que no son científicos.

También se ha identificado la ciencia con lo que el griego llamó *episteme*, lo cual tampoco resulta exacto considerando una serie de razones que muy bien expone Zubiri (1963, mencionado por Albert 207:9) y que van en el orden de demostrar que el término se refiere más al método que al objeto.

En la actualidad, se utiliza más bien para referirse a la teoría del conocimiento o doctrina sobre su validez. En este sentido, hablamos de epistemología, que investiga los métodos y procedimientos de cada ciencia o del pensamiento científico en general.

Bunge (mencionado por Albert, 2007; 9) define a la epistemología como la rama de la filosofía que estudia la investigación científica y su producto: el conocimiento científico.

3.1 Definición de ciencia y funciones

Ciencia: Conjunto de conocimientos racionales, ciertos y probables, obtenidos metódicamente, sistematizado y verificables que hacen referencia a objeto de una misma naturaleza (Tamayo y Tamayo, 2006:23)

Ciencia: Es un estilo de pensamiento y acción: precisamente el más reciente universal y el más provechoso de todos los estilos (Bunge, 2004. 3).

Ciencia: Es un saber o conocimiento objetivo, verificable, riguroso, metódico, teórico, susceptible de aplicación práctica (Muñoz, 2015. 35).

3.1.1 Con respecto a las funciones de la ciencia, las preguntas serían ¿Qué hace la ciencia? ¿Qué estudia?

Para la primera pregunta Kelinger (2002) plantea dos visiones de la ciencia, visión estática y visión dinámica.

Según la visión estática, la ciencia es una actividad que aporta al mundo información sistematizada. El trabajo del científico tiene como función describir nuevos hechos y agregarlos al cuerpo ya existente de información, la ciencia en este caso sería un conjunto de hechos.

La versión dinámica considera a la ciencia como una actividad que realizan los científicos.

Para la segunda pregunta: ¿Qué estudia? (López mencionado por Albert, 2007:12) señala dos versiones de la ciencia, la ideográfica que estudia lo único, lo que sólo se produce una vez sin conseguir explicaciones generales; y la nomotética, que es la que intenta identificar lo constante, lo permanente, encontrar leyes generales y poder predecir con bastante exactitud los fenómenos que estudia.

3.2 Clasificaciones de la ciencia

La evolución sufrida por la clasificación de las ciencias transcurre, al mismo tiempo, que la historia de la cultura, paralelamente al pensamiento humano. Es un problema complejo que suscita gran interés. Si se tiene en cuenta que el conocimiento se refiere siempre a un contenido, las ciencias se pueden clasificar en: formales y fácticas.

Al grupo de ciencias formales pertenecen las ciencias exactas las que sólo aceptan principios, axiomas y verdades rigurosas demostrables, como: la Lógica y las Matemáticas.

En las ciencias fácticas, el conocimiento es objetivo, y da información acerca de la realidad natural (Física, Química, Biología), social (Sociología, Economía, Ciencias políticas), aquí el objeto de estudio son los HECHOS.

3.3 La ciencia como producto humano

La ciencia es una sistematización y jerarquización de la experiencia humana. La observación humana era transmitida a los hombres desde sus vivencias más cotidianas: la naturaleza, el hombre mismo, etcétera. Todo lo que rodea al hombre es susceptible de ser observado. La observación no es simple contemplación visual de lo que tiene enfrente, la observación requiere de atención.

La ciencia como es sabido, no ha existido siempre, es una obra humana, es decir, un producto del hombre, por lo tanto, la ciencia no aparece antes que el hombre, sólo después de que éste llega la ciencia puede nacer, y no solamente la ciencia como posibilidad de explicación del todo, sino, cualquier intento de explicación.

Unidad 4

Fundamentos de la investigación en Comunicación

Antes de abordar esta unidad de estudio es conveniente presentar, brevemente, una definición sobre este concepto polisémico y de amplia utilización. En primer lugar, se puede concebir la comunicación como un proceso de emisión y recepción de mensajes.

La comunicación adopta diferentes formas: puede tener un carácter interpersonal (alguien cuenta un chiste y, si éste es lo suficientemente bueno, será acogido con una repuesta de risa), o puede tener una naturaleza **mediada** (un espectador en una sala de cine llora cuando ve que el protagonista de una película dramática sufre por la pérdida de un ser querido).

En el contexto de esta unidad, cuando utilizamos el concepto comunicación, se refiere a la comunicación mediática, aquella en la que interviene algún tipo de tecnología que media entre las personas que se comunican entre sí. Ahora bien, las herramientas tecnológicas que facilitan la comunicación son variadas y se encuentran en continua expansión.

El uso del correo electrónico, el intercambio de información mediante la telefonía móvil o la relación sincrónica que se establece en internet entre dos personas constituyen ejemplos claros de situaciones de comunicación mediada por la tecnología.

Igualmente, también son actos de comunicación aquellos que suponen implicaciones en la acción de un videojuego o de una plataforma similar a ocio digital de carácter interactivo.

Pero la comunicación también tiene un carácter mediático cuando se produce a través de otros medios (de masas) más tradicionales como: el cine, la radio, la prensa y la televisión.

En segundo lugar, el término genérico comunicación puede utilizarse para referirse a cosas tan diferentes como la elaboración de noticias (en diferentes soportes o formatos), la creación de productos de entretenimiento mediático (desde una serie de ficción hasta un videojuego o una película de animación) el diseño de páginas web, la elaboración de campañas publicitarias, etcétera.

Esta amplitud del término se justifica porque en todos esos ejemplos está implícita la definición de la comunicación como un proceso. También

conviene recordar que la investigación es tan sólo una de las dimensiones que compone el vasto mundo de la comunicación mediática (la primera dimensión).

Una segunda dimensión relevante es la formación, que tiene su concreción en la formulación de planes de estudios y en las diferentes especialidades, carreras o licenciaturas existentes.

Una tercera dimensión alude al nivel de actividades, es decir a los diferentes perfiles profesionales que llevan asociados tareas y habilidades específicas.

4.1 Los sectores de la investigación en comunicación

La comunicación mediática es un objeto de análisis científico al que no se puede acceder a través de una perspectiva. La comunicación es uno de los procesos sociales fundamentales del ser humano (Martín Serrano, mencionado por Igartúa, 2006) por tanto, el estudio de la comunicación se debe caracterizar por su *interdisciplinariedad* y por la variedad de niveles de *análisis* que se pueden adoptar.

Por esta razón, la comunicación ha sido desde su inicio un objeto de interés de varias disciplinas de las ciencias sociales y humanas. No debería olvidarse, además que el fenómeno de la comunicación mediática es un fenómeno relativamente reciente, pues a partir de los años cincuenta se comienza a hablar por primera vez de una ciencia de la comunicación y se desarrollan los primeros modelos teóricos.

En este mismo contexto las definiciones de los autores clásicos ponen en evidencia que la comunicación es un proceso, en el cual Laswell (mencionado por (Igartúa, 2006) descompone el proceso de la comunicación en cinco elementos que se convierten en los principales sectores de la investigación.

4.1.1 Emisores

La fuente en los medios de comunicación no es una sola persona, sino una organización formal, y el emisor suele ser un comunicador profesional (periodista, comunicador, creadores, etcétera), para Wolf (mencionado por Igartúa 2006:24) los estudios sobre los emisores y sobre los procesos productivos en los medios de comunicación pertenecen a un campo de investigación reciente y que durante años ha estado abandonado.

Sin embargo, definir el término *comunicador* es una tarea no exenta de dificultades. Tradicionalmente, se ha reducido a los periodistas, pero el desarrollo actual de las nuevas tecnologías y la aparición de diferentes

perfiles profesionales en este campo obliga a considerar como comunicadores también a los productores, realizadores, relaciones públicas, publicitarios, directores de Comunicación, asesores de imagen.

Con una clara orientación sociológica, se han planteado dos corrientes diferenciadas en la investigación sobre los comunicadores. La primera ligada a la sociología de las profesiones que ha estudiado a los emisores desde el punto de vista de sus características sociológicas, culturales, los procesos de socialización, etcétera.

Es decir, se analizan factores externos de la organización del trabajo pero que influyen en los procesos productivos de los comunicadores. Entre los condicionantes que influyen en la producción de mensajes se encuentran las características individuales de los profesionales que lo confeccionan (sexo, edad, clase social, educación, valores personales y profesionales, actitudes, política, y orientaciones religiosas).

La segunda corriente está representada por los estudios que analizan la lógica de los procesos con los que se produce la comunicación mediática y da lugar a la construcción de los mensajes.

Una de las teorías más representativas de este campo es la teoría del *gatekeeper* o guardabarreras, que aluden a los individuos o grupos que tienen el poder de decisión para dejar pasar o bloquear determinada información en la organización de un medio de comunicación.

El concepto *gatekeeper* (selector, portero) se ha utilizado con frecuencia en los estudios sobre el proceso de la comunicación de masas, especialmente en lo que atañe a cualquier acción dentro de la organización informativa que implica la elección o el rechazo de un suceso informativo.

4.1.2 Contenidos y mensajes mediáticos

En la comunicación mediática existen contenidos con vocaciones diferentes; informar, educar, persuadir, entretener, además los mensajes suelen ser manufacturados y estandarizados, no surgen de manera espontánea y caprichosa (como puede ocurrir en comunicación interpersonal).

Existe una primera línea de investigación, muy ligada a los estudios sobre los efectos de la comunicación, que analiza los contenidos como imágenes o representaciones sobre temas tan diversos como la violencia o el tratamiento de minorías. Así, por ejemplo, la preocupación por la violencia y sus efectos han estado presentes en la mente de los investigadores en comunicación, y de los dirigentes y representantes políticos, desde la aparición de la televisión.

Pero la imagen no sólo es sinónimo de representación de un objeto en los medios, sino que también existe una *Teoría de la imagen* que reflexiona sobre la problemática de la significación icónica.

El análisis de los textos audiovisuales constituye un ámbito extremadamente amplio y variado, que comprende diferentes orientaciones teóricas: el análisis de los lenguajes, de las estructuras discursivas, de las estrategias comunicativas.

4.1.3 Medios

El análisis de los diferentes medios de comunicación (televisión, prensa, radio, medios interactivos, etcétera) puede realizarse en distintos niveles, ya que estos actúan como organizaciones, constituyen una organización social, un importantísimo sector industrial y forman parte de la industria cultural.

Son varios los focos de interés en este campo, los análisis históricos que pretende describir la evolución de los distintos medios y sus transformaciones, los aspectos económicos, estructurales y organizativos de la industria cultural.

Un análisis institucional de los medios lleva a estudiar cómo se produce y distribuyen los mensajes de la comunicación. Una de las corrientes teóricas más destacadas en este campo es la *Economía Política Crítica*, que estudia la propiedad y control de los medios de comunicación para demostrar sus vínculos con la clase dominante, adoptando un enfoque neo marxista.

El objetivo principal consiste en demostrar que los propietarios de los medios de comunicación y quienes los controlan son parte de la clase capitalista dominante o responden a intereses de ella.

Mientras que el enfoque de la sociología de la producción de mensajes se vincula con el estudio de los factores internos a las organizaciones de los medios, la corriente de la economía política crítica, se encuentra más orientada al estudio de los aspectos externos a los medios de comunicación, como las relaciones con los gobernantes y los anunciantes (Lozano, mencionado por Igartúa, 2006). Así, por ejemplo, se puede aventurar que la televisión hoy en día sirve principalmente como vehículo para la difusión publicitaria.

De modo que se puede afirmar que el verdadero *cliente* de la televisión no es el espectador sino el anunciante: se debe servir al anunciante, porque éste hace posible la televisión.

En Estados Unidos, los 100 anunciantes más importantes pagan los dos tercios de la programación de las redes de televisión. Por ello la mayoría de los programas televisivos van a realizar comerciales por necesidad produciéndose un fenómeno de homogenización de los contenidos audiovisuales.

4.1.4 Audiencias

Unos de los efectos fundamentales de la comunicación mediática es su capacidad para capturar el tiempo libre de la gente. Independientemente de los efectos que pueden inducir los contenidos y mensajes de los medios, de lo que no cabe duda es que cada vez se pasa más tiempo con los medios de comunicación y que estos han colonizado el tiempo libre de las personas.

Escuchar la radio por las mañanas, leer el periódico, ver las noticias por televisión, ir al cine, navegar por internet, consultar el correo electrónico, son actividades que se han vuelto cotidianas. La comunicación es un proceso en el que están implicados un emisor y un receptor, y por ello los receptores no se limitan únicamente a reaccionar a los mensajes de los medios (Perry, mencionado por Igartúa, 2006:29).

4.1.5 Procesos y efectos mediáticos

La comunicación ocurre sólo si el organismo reacciona al mensaje o al estímulo de una cierta manera. Desde esta perspectiva, la comunicación siempre tiene un propósito, pretende causar un efecto de algún tipo, no sólo persuasivo como indicara Laswell, sino que el entretenimiento, el disfrute o el impacto afectivo provocado por una película también se considera un medio mediático (Igartúa, 2006:21-33).

Unidad 5

Los procedimientos de las investigaciones cuantitativas y cualitativas

El campo de las investigaciones sobre medios y comunicación se caracteriza por la diversidad de sus perspectivas investigativas. Esto se deriva de la naturaleza híbrida de este campo de indagación empírica, donde los enfoques investigativos se arraigan en disciplinas académicas que pertenecen a las ciencias sociales y que se establecieron anteriormente.

La antropología, la economía, la geografía, la historia, la lingüística, la politología, la psicología, la sociología, todas han aportado teoría y metodologías para el estudio de la estructura, la organización, el contenido, los usos y el impacto de los medios.

Aunque constantemente los académicos de los medios han debatido los méritos y deficiencias de diversas teorías y metodologías dentro de ciertas esferas limitadas de indagación (Neuman, 2055; Wimmer y Dominick, 2001 mencionado por Brauhn, 379), quizá la discusión más importante dentro de los círculos académicos (aunque no la más visible) en la esfera pública, se ha centrado en la disputa entre las distintas filosofías de las ciencias sociales relacionados con la perspectiva investigativa que permita entender de manera más significativa e importante el papel y la influencia de los medios en la sociedad.

Esta unidad no busca exponer las diferencias entre estas filosofías de las ciencias sociales ni discutir sus relativas virtudes o fallas. Este apartado trata sobre la naturaleza de las investigaciones cuantitativas, examina los conceptos básicos de este tipo de indagación empírica y discute sus principales propósitos.

Estos últimos se dividirán a partir de si su propósito principal consiste en investigar los vínculos asociativos (la medición) o los vínculos causales (los experimentos) entre las variables.

Se distinguirá, además, entre las metodologías relacionadas con el estudio ya sea de los públicos mediáticos o de los contenidos mediáticos: los dos focos de los estudios medidos. Puesto que los estudios cuantitativos de los contenidos mediáticos involucran, sobre todo, una manera de medir (a través de encuestas) la producción mediática, esta metodología se estudiará bajo la rúbrica de investigación por encuestas (Bruhn, 2014: 379-380).

5.1 Origen y desarrollo de los paradigmas cualitativos y cuantitativos

El paradigma cuantitativo tiene sus antecedentes en el positivismo de Augusto Comte, esta corriente filosófica sólo acepta conocimientos que proceden de la experiencia y solamente tienen importancia los hechos medibles y verificables. El positivismo (muy rígido) fue remplazado por el neo-positivismo cuya diferencia fundamental se basa en la forma de concebir el conocimiento.

El paradigma cualitativo tiene sus antecedentes en la cultura grecorromana, conociéndose algunos aspectos de éste en la obra de Heródoto; sin embargo, su origen radica en los trabajos de antropología social y de sociología, sobre todo de la Escuela de Chicago. Teniendo como base fundamental filosófica el constructivismo.

Investigación cualitativa

La investigación cualitativa se ocupa de la vida de las personas, de historias, de comportamientos, pero, además, del funcionamiento organizacional, de los movimientos sociales o de las relaciones interaccionales (Strauss y Corbin mencionado por Vasilachis, 2006:31). Está basada en la comunicación en la recolección de historias, narrativas y descripciones de las experiencias de otros (Morse, mencionado por Vasilachis, 2006:31).

Esta manera de investigar es considerada como una forma de pensar más que como colección de estrategias técnicas. Los métodos cualitativos, como un tipo de investigación constituyen un modo particular de acercamiento a la indagación (Morse, mencionado por Vasilachis, 2006:27).

Investigación cuantitativa

Las modalidades de investigación cuantitativa fueron inicialmente desarrolladas para la investigación en agricultura y en las ciencias puras. Estos campos de estudios adoptaban una filosofía positivista del conocimiento que destacaba la objetividad y la cuantificación de los fenómenos. Como resultado, los diseños de investigación maximizan la objetividad con el empleo de números, de estadísticas, de estructuras y de control experimental (McMillan, 2005:45).

Polarización y definición de paradigma

A lo largo de la historia de la ciencia han surgido diversas corrientes de pensamiento, como el empirismo, el materialismo dialéctico, el positivismo,

la fenomenología el estructuralismo y diversos marcos interpretativos como la etnografía y el constructivismo que han originado diferentes rutas en la búsqueda del conocimiento (Hernández, et al., 2010:49).

Estos conocimientos tienen sus antecedentes en la filosofía natural jónica y la ciencia matemática pitagórica en donde ambas escuelas llegaron a una síntesis en la lógica de Platón y Aristóteles. Platón fue el exponente del razonamiento deductivo y la representación matemática y defendía una aproximación más precuantitavista de la naturaleza y Aristóteles el del razonamiento inductivo y la descripción resguardaba una naturaleza más precualitativista (Guardián, 2007:20).

Sin embargo, y debido a las diferentes premisas que la sustentan, (estas dos escuelas filosóficas), desde el siglo pasado tales corrientes se han polarizado en dos aproximaciones principales para indagar el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo de la investigación. (Hernández, et al, 2010:4)

Donde cada uno de ellos se adhiere a sus respectivos paradigmas. Según Kuhn (mencionado por Cook, et al., 2000:60) se define como paradigma: “a un conjunto de suposiciones interrelacionadas respecto al mundo social que proporciona un marco filosófico para el estudio organizado de este mundo”. En su sentido más amplio, un paradigma representa una matriz disciplinar que abarca generalizaciones, supuestos valores y ejemplos corrientemente compartidos de lo que constituye el interés de la disciplina.

El enfoque cuantitativo: principales antecesores

El enfoque cuantitativo en las ciencias sociales se origina en las obras de Augusto Comte (1798-1857) y Emile Durkheim (1858-1917), con la influencia significativa de Francis Bacon, John Locke y Emmanuel Kant. Es decir, el antecedente de tal enfoque es el positivismo (Ruíz, 2000:2).

Con la publicación en 1849 del Discurso sobre el espíritu positivo de Augusto Comte, se inicia en las ciencias sociales un paradigma denominado positivista, las ideas esenciales de esta corriente provienen de las denominadas ciencias exactas, como la química y la biología, por tal motivo, los positivistas se fundamentaron en científicos como: Galileo Galilei, Isaac Newton, Nicolás Copérnico, Thomas Robert Malthus y Charles Darwin (Ruíz, 2000:3). Para el positivismo, la objetividad es muy importante, el investigador observa, mide y manipula variables; por lo tanto lo que no está dentro de ese marco queda descalificado, porque el positivismo

solamente acepta conocimientos que proceden de la experiencia, esto es, de datos empíricos. Los hechos son los únicos que cuentan. Es decir, los positivistas establecen como fundamental el principio de la verificación: una proposición o enunciado tiene sentido sólo si resulta verificable por medio de la experiencia y la observación (Ruíz, 2000:3). Por lo tanto, todo resultado de una investigación que no se exprese de esta forma queda en tela de duda sus conclusiones (Buttén, 2014).

El positivismo (muy rígido) fue reemplazado por el pos positivismo fundamentado en el anterior, pero más abierto y flexible (Ruíz, 2000:4). Los positivistas afirman que existe una realidad externa para ser estudiada, captada y entendida, mientras que los pospositivistas argumentan que la realidad nunca puede aprehenderse completamente, sino de un modo aproximativo (Guba, mencionado por Denzin, et al, 2011:63)

El pospositivismo se sostiene en múltiples métodos como un modo de captar la realidad de la mejor manera posible. Al mismo tiempo, enfatiza el descubrimiento y la verificación de las teorías.

Momentos claves del enfoque cuantitativo

Es difícil saber con precisión cuándo inició el enfoque cuantitativo; más bien sus comienzos provienen de distintas fuentes y su evolución ha sido continua (algunos autores de la historia de la ciencia los ubican desde Aristóteles y otros en diferentes puntos de los siglos XV, XVI y XVII).

Gottfried Achenwall (1748-49) acuñó el término en alemán *Statistik* para referirse al análisis de los datos del Estado, en particular los censos poblacionales (Aliaga, 2000, mencionado por Ruiz 2000:5).

En 1801, William Playfair, un ingeniero y economista, desarrolla las gráficas estadísticas como un mejor medio para presentar los resultados (anteriormente se utilizaban tablas) (Ruíz, 2000:5).

Alrededor de 1880, se genera el análisis de correlación en Inglaterra y Karl Pearson, presenta en la última década del siglo XIX, la moda (medida de tendencia central) (Ruíz, 2000:5).

En 1901 Pearson junto con Weldon y Galton fundan *Biométrica*, una revista que se dedicó al desarrollo de análisis estadísticos en el campo de la biología, naciendo así un enfoque del pilar cuantitativo: la estadística. En ese mismo año Thordike y Woodworth discuten sobre la necesidad y valor del grupo de control (Ruíz, 2000:5).

En 1916 McCall concibe la asignación al azar en experimentos y en 1917 Stuart publica sobre la experimentación en ciencias sociales. Durante los años 1930 y 1935 se continúa el desarrollo de pruebas psicométricas, así como la estadística inferencial (Ruíz, 2000:6).

Durante la década de 1950 la investigación cuantitativa se encuentra en su apogeo, surgen diversas encuestas, experimentos, revistas científicas, también comienzan a desarrollar las máquinas para calificar pruebas y las computadoras (Ruíz, 2000:6).

En los años 1960 Campbell y Stanley generan una tipología sobre los estudios experimentales que priva hasta nuestros días. También surgen una gran de textos de estadística, los programas de análisis de datos se desarrollan, particularmente el paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS) (Ruíz, 2000:6).

En la última década del siglo xx surgen mediciones y análisis multivariados más complejos, además se consolida la idea de poder de medición mediante la utilización de diferentes instrumentos para medir las variables de investigación. Los programas de análisis se sofistican y comercializan (Ruíz, 2000:7).

Cabe señalar que el primer enfoque de investigación en desarrollarse fue el cuantitativo (Ruíz, 2000:7).

Estos momentos claves permiten ver el proceso evolutivo a través del tiempo de cómo se fueron tejiendo los diferentes pilares que constituyen hoy en día la investigación cuantitativa, el cual por antonomasia es el método para legitimidad a una investigación (Buttén, 2014).

El Enfoque Cualitativo: orígenes y desarrollo

El enfoque cualitativo no constituye una novedad en la educación; tiene antecedentes muy remotos en la cultura grecorromana y se conocen determinados aspectos de éste en las obras de Heródoto y Aristóteles (Erickson, mencionado por Pérez, 2008:43); sin embargo, otros autores ubican sus orígenes en distintos momentos, por ejemplo, Vidich y Lyman (mencionado por Ruíz, 2000:7) los sitúan en los siglos XV y XVI con la denominada etnografía temprana, en la que se estudiaba a los pueblos primitivos.

Poco a poco aparece un nuevo enfoque de influencia antropológica:

[...] se genera una nueva sensibilidad fundamentalmente a través de los estudios de Franz Boas, Margaret Mead, Ruth Benedict, Ralph Linton, etc. la preocupación de los antropólogos era captar los vestigios de civilizaciones que iban desapareciendo (Pérez, 2008:45).

Asimismo, como señala Montero (mencionado por Pérez 2008:45) el marco de los estudios sociales, culturales y de personalidad va cambiando en los años 1960 y 1970 por influencia de la preocupación social que se advierte en Estados Unidos hacia los grupos minoritarios y su rendimiento académico.

Con estos cambios suscitados durante esta década se inicia una corriente de estudio sobre los culturalmente desventajados con el fin de estudiar cómo inciden esas desventajas en el aprendizaje y en el rendimiento académico. Se da preferencia a los estudios socio-lingüísticos en lo que se refiere a la relación del lenguaje y la organización de grupos sociales en la competencia comunicativa y en la interacción en el aula (Serrano, 2008:45).

Momentos clave del enfoque cualitativo

En los años veinte, un grupo de investigadores conocidos como la Escuela de Chicago comenzaron a realizar diversos estudios cualitativos, entre los autores, destacan: Abion Small, W. I. Thomas, F. Znaniecki y el filósofo George Herbert (Ruíz, 2000:9).

En 1927 F. Znaniecki y Thomas, publicaron una investigación sobre los inmigrantes polacos, en la cual utilizaron la biografía de los participantes como herramienta de recolección de datos (Ruíz, 2000:9).

Margaret Mead en los años 1928 y 1930, publicó sus conocidas obras, *Coming of age in Samoa* y *Growing Up in New Guinea* (Ruíz, 2000:9).

Entre los años 1915 y 1935 la perspectiva dominante fue la cualitativa, revestida totalmente con tintes humanistas. “Se trata de la época en que alcanzaron su punto álgido los documentos personales (cartas), entrevistas y biografía como sistema subjetivo de recogida de datos” (Alvira, mencionada por Anguera 1986:27). Correspondiendo a la época en que la Escuela de Chicago diera una especial relevancia a la observación participante y las historias de vida como la más apropiada técnica de recogida de información (Anguera, 1986:27).

En los años 1940 y 1950 decayó la importancia del enfoque cualitativo debido al posicionamiento de su rival cuantitativo (Gobo, mencionado por

Ruíz, 2000:9). Durante los años 50 la investigación cuantitativa se encuentra en su apogeo, surgen diversas encuestas, experimentos, revistas científicas, diseños, y también comienzan a desarrollarse las máquinas para calificar pruebas y la computadora (Ruíz 2000:6).

En la década de 1960, este enfoque recobra vitalidad e importancia. La etnometodología surge con vigor (Ruiz, 2000:10). Durante este periodo (60) caracterizado por movimientos y cambios sociales en todo el mundo surge la etnometodología como un nuevo tipo de sociología, pero con una línea y una filosofía sumamente radical, en comparación con la sociología tradicional.

En los años 70—el enfoque cualitativo continúa popularizándose. Denzin, reanaliza el concepto de triangulación y E.G. Guba consolida la propuesta de un enfoque alternativo, el naturalista y la teoría fundamentada continúa evolucionando (Ruíz, 2000:10).

Para los años de la década de 1980, Terrence E. Deal y Allan. A. Kennedy, proponen estudiar las culturas organizacionales al estilo etnográfico. En los 90, Strauss y Corbin, publican procedimientos más avanzados sobre la teoría fundamentada. A partir de 2000, es un hecho que pocos dudan ya de lo valioso del enfoque cualitativo (Ruíz, 2000:11).

5.2 Conceptos básicos de las investigaciones cuantitativas

Los conceptos básicos que caracterizan a las metodologías cuantitativas de investigación se relacionan con los tipos importantes de medición y con los procedimientos para analizar las relaciones entre dichas mediciones. Una de las nociones centrales es la variable, que se relaciona con otros elementos fundamentales de las investigaciones cuantitativas como los conceptos y los constructos.

Un concepto representa una idea abstracta que encarna la naturaleza de fenómenos observables o una interpretación del porqué ocurren esos fenómenos.

Por ejemplo, es posible diferenciar a los individuos a partir de su uso de los medios; se puede distinguir a los que los utilizan mucho de quienes los usan poco. A su vez, es posible comparar este uso de los medios con patrones de comportamiento social, e incluso se puede utilizar para explicar varios de esos patrones.

En este contexto diferente, el concepto del cultivo se puede usar para describir los patrones específicos de percepciones o creencias privativos de los usuarios frecuentes, y eso los distingue de las creencias y las percepciones

propias de los usuarios poco frecuentes (Gerbner et al., 1986; Webber y Gunter, 1988, mencionado por Ruíz, 2000:10).

Un constructo consta de una mezcla de conceptos. Este término suele usarse para describir una característica definitoria de los individuos que se asocia con su tipo de personalidad. Por ejemplo, el constructo psicológico de la “búsqueda de sensaciones” se emplea para distinguir a las personas que buscan diversos niveles de estimulación óptima de su entorno (Zuckerman, 1994 mencionado por Ruíz, 2000:10).

Los buscadores de sensaciones altas por lo general necesitan un nivel más alto de estimulación ambiental que los buscadores de sensaciones bajas. Los primeros, por ejemplo, se pueden caracterizar por conceptos como la sociabilidad, la tolerancia de los estímulos fuertes, la toma de riesgos y el gusto por la aventura. Los constructos poseen una calidad dimensional, de manera que es posible clasificar a los individuos según el grado alto o bajo de su búsqueda de sensaciones en la dimensión de la personalidad de la búsqueda de sensaciones.

Una variable es una representación empírica de un concepto o un constructo. Mientras que los conceptos y los constructos poseen una cualidad abstracta, las variables proporcionan medidas operáticas que los investigadores pueden cuantificar y manipular. Por ejemplo, el género, la edad y la clase socioeconómica son variables. Características psicológicas como la agresividad, el lugar de control, la extraversión y la neurosis pueden considerarse variables.

El tiempo invertido en leer los periódicos o en ver la televisión también pueden definirse como variables. Además, las variables pueden definirse y diferenciarse aun en función de sus atributos constitutivos. Los atributos son valores o categorías en que se pueden dividir las variables. En el caso del género, existen dos categorías: masculino y femenino. En el caso de la edad, es posible diferenciar a los individuos por su grupo de edad o por la edad misma.

Los telespectadores habitualmente pueden diferenciarse, con base en el tiempo que invierten en verla, como poco frecuentes, medidamente frecuentes y muy frecuentes, a partir del comportamiento que ellos mismos reportan o que se observó de manera independiente (Bruhn, 2014: 380-381).

5.3 Tipos de variables

Las variables se pueden definir en función de su relación entre sí, unas distinciones fundamentales las ubican como independiente y dependientes. La variable *independiente* es aquella que el investigador puede manipular.

También se conoce como variable “causal”, en el sentido que es un concepto o un constructo que puede producir una respuesta o resultado medible.

La variable dependiente es la medida de la respuesta o el resultado. Por lo tanto, también se conoce como la variable de *efecto* o de *criterio*. Uno de los objetivos principales de las investigaciones cuantitativas consiste en establecer la cercanía de la relación entre las variables independientes y las variables dependientes.

En última instancia, los investigadores pretenden proporcionar las pruebas de que una variable independiente en particular tiene una relación causal con una variable dependiente específica (Bruhn, 2014: 379-382).

5.4 Comprobación de hipótesis

Las investigaciones cuantitativas buscan primordialmente demostrar las relaciones causa-efecto, y todo proyecto de investigación comienza con el establecimiento de una *hipótesis*. Una hipótesis es una declaración conjetural sobre la relación entre dos o más variables.

Aunque la comprobación de hipótesis no es exclusiva de las investigaciones cuantitativas, es uno de los elementos fundamentales y prácticamente resulta imprescindible en las investigaciones cuantitativas académicas.

Las hipótesis pronostican los vínculos entre variables (Bryman, 2008, mencionado por Bruhn, 2014:383). Aseveran que, mediante una serie de condiciones, si una variable independiente se manipula de cierta manera (como en los estudios experimentales) o se supone que posea cierta fuerza (como en las investigaciones de medición), puede esperarse que ejerza un impacto medible en una variable dependiente designada.

La esencia de las indagaciones científicas cuantitativas consistente en comprobar o refutar hipótesis, y el resultado se ve como una aportación al saber. Sin embargo, los científicos pocas veces se limitan a comprobar hipótesis aisladas.

Mediante la reiterada comprobación de hipótesis, y mediante la propuesta y verificación de nuevas hipótesis, se crea un *corpus* de entendimiento que esencialmente se compone de una serie de explicaciones aceptables de una gama de variables dependientes.

5.5 Fiabilidad y validez

Una meta central de las investigaciones sociocientíficas, particularmente en la corriente “positivista” es el establecimiento y la demostración de la confiabilidad y validez de sus descubrimientos en la calificación obtenida.

La *confiabilidad* se relaciona con la consistencia de la relación entre ambas variables o en la calificación obtenida en una sola variable en más de una ocasión.

La validez indica que una medición capta adecuadamente el significado del concepto o constructo que representa. Si se cree que ver programas de televisión violentos con mucha frecuencia fomenta en los usuarios una conducta violenta, entonces a fin de que esta creencia se acepte como verdadera, debe cumplirse con dos condiciones.

Primero, es necesario comprobar reiteradamente que la exposición a la violencia televisiva produce posteriormente una mayor agresividad. Segundo las mediciones de exposición a la violencia televisiva y de agresividad deben representar con precisión esas conductas.

La confiabilidad puede establecerse mediante la realización de reiteradas comprobaciones de los fenómenos y de las relaciones entre los fenómenos, mediante la repetición de las pruebas en diversos grupos de personas con los mismos resultados y haciendo que varios investigadores realicen la misma prueba (Ibídem).

Berganza (2005:37) alude que varios investigadores sociales han diseñado varias técnicas para afrontar el problema de la fiabilidad, entre los que sobresalen:

- Método de test-retest. Según el cual se considera apropiado realizar la misma medición dos veces.
- Método de las mitades. Por el cual se aconseja efectuar más de una medición de cualquier concepto social sutil o complicado, como pueden ser los prejuicios o las clases sociales.
- Mediciones establecidas. Es decir, se pueden utilizar mediciones que han probado con anterioridad su finalidad en otras investigaciones.

Entrevistadores y codificadores. Estos deben de estar formados en el uso de las distintas técnicas de investigación social, con el objeto de garantizar la fiabilidad.

5.5.1 Tipo de validez

Validez externa. Hace referencia a la posibilidad de generalizar los resultados de la investigación por encima de las poblaciones, lugares o época diferentes. Para ello se recomienda usar muestras aleatorias: utilizar muestras heterogéneas y repetir el estudio varias veces; seleccionar una

muestra que sea representativa del grupo al que se pretende extrapolar los resultados.

Validez interna. Se trata de la posibilidad de establecer relaciones causales entre variables, hechos o factores al eliminar otras explicaciones alternativas

Validez estadística. Guarda relación con la comisión de errores en la aplicación y empleo de los test estadísticos de hipótesis.

Validez de constructo. Hace referencia al grado de adecuación conseguido en la medición de los conceptos centrales de la investigación. Se basa en las relaciones lógicas de las variables.

Dependiendo del tipo de investigación de que se trate, se suele primar unos u otros tipos de validez. Así, en los diseños de tipo explicativo, suele primarse la validez interna, el establecimiento de nexos causales, mientras que, en los estudios de tipo descriptivo, la validez suele ser la más importante, ya que en este tipo de diseño se trata generalmente de extrapolar resultados de una muestra a una población más amplia (Fowler, 1998; Freman et al., 1993, mencionado por Berganza: 2005, 36-37).

5.6 Niveles de medición

En las investigaciones cuantitativas existen cuatro tipos principales de medición. El tipo de medición refleja el tipo de concepto o constructo que representa, algunas mediciones hacen distinciones algo superficiales o toscas entre los entes, mientras que otras operan a un nivel más alto o refinado.

Es posible hacer una distinción inicial entre las *variables continuas* y *variables discretas*. Las variables discretas pueden medirse a nivel nominal o al ordinario, mientras que las variables continuas pueden medirse al nivel de intervalo o al de proporción.

Las variables continuas poseen ciertos números de valores medibles que se ubican en un continuo matemático, y la medición se realiza mediante una escala de incremento. Así, la medición del tiempo puede hacerse con base en los segundos o minutos.

Las variables discretas, en cambio hacen distinciones de acuerdo a ciertos atributos relativamente fijos, el género (masculino, femenino) estado civil (soltero, casado, divorciado, viudo) religión (católico, musulmán, protestante, hindú) (Bruhn, 2014:385-386).

Tabla 1. Tipos de mediciones de variables

Por su función	Por su posición	Según sus propiedades matemáticas
<p>Independiente</p> <p>Es aquella que cuyas variaciones producen efectos a otra relacionada con ella que, por ello, se denomina variable dependiente. Por esta dirección de la influencia, la variable independiente recibe también el nombre de variable causal.</p>	<p>Interviniente o intermediaria</p> <p>Es la variable que aparece interponiéndose entre la variable independiente y la dependiente y en el momento de relacionar las variables interviene en forma notoria.</p>	<p>Nominales</p> <p>Son aquellas propiedades cuyos números asignados a sus categorías sólo indican diferencia entre ellas. Por ejemplo, el número, con el cual se distingue a los hombres de cierto colectivo, y el número 2, para distinguir a las mujeres de ese mismo colectivo, sólo quieren decir que unas personas distinguida con un 1 son hombres y que las personas distinguida con el 2 son mujeres.</p>
<p>Dependiente</p> <p>Aquello que el investigador está interesado en conocer.</p>		<p>Ordinales</p> <p>Son aquellas propiedades en las que los números asignados a sus diversas categorías solo indican una relación en la dirección mayor que-menor que. Así, i hemos aplicado una escala que mida inconformismo social y, si de acuerdo con los resultados obtenidos en esa escala, una persona A, por dar un ejemplo, ha obtenido una clasificación de 10 y otra persona B ha recibido una clasificación de 5, esos números sólo quieren decir que la persona A es más inconformista que la persona B.</p>
		<p>Intervalos</p> <p>Son aquellas en la cuales no es posible determinar un punto cero, que indicaría la ausencia absoluta de la propiedad en uno o más de los individuos sometidos a medición.</p>
		<p>Razón</p> <p>Son aquellas en las cuales los números utilizados en su medición cumplen con todas las propiedades de la aritmética: tienen un punto cero y con esos números se pueden realizar las operaciones de suma, resta, multiplicación y división.</p>

Fuentes: Briones 2011: 33-34; Castañeda 2011:100; Tamayo y Tamayo 2000:113

5.7 Encuestas investigativas: asociaciones medios

Las encuestas constituyen una forma importante de investigación cuantitativa que no implica ninguna manipulación previa de los participantes o de sus circunstancias. Las encuestas reúnen datos después de que hayan ocurrido los hechos. Puestos que obtienen datos de los participantes acerca de sus conocimientos, creencias, actitudes, valores y conductas sobre la base de una correlación coincidente (*post hoc*) las encuestas no pueden comprobar directamente causas-efectos.

En cambio, exploran las relaciones o los grados de asociación entre variables, por ende, las encuestas dependen totalmente de las informaciones autorreportadas por los participantes, mientras que los experimentos pueden complementar las respuestas a los cuestionarios con observaciones directas de los investigadores.

En el contexto de los medios y la investigación, se han realizado encuestas tanto con el público general (es decir el público mediático) y con grupos especialistas (productores mediáticos).

El origen histórico de las encuestas modernas es el censo, este reúne información sobre las características de la totalidad de una población. Los primeros censos se realizaron con el propósito de evaluar las propiedades de bienes y raíces con fines hacendarios, aunque también proporcionaron una manera de establecer la disponibilidad de los jóvenes para el servicio militar.

Mientras que los censos buscan obtener datos de todas las personas en una población, las encuestas utilizan técnicas de muestreo para seleccionar subgrupos de una población con el fin de analizarlos.

El objetivo más importante es asegurarse de que la sub serie de la población seleccionada o muestra represente a toda la población. En la primera mitad del siglo XX, las encuestas investigativas se beneficiaron de los adelantos en los procedimientos científicos de muestreo y en las técnicas de diseño de cuestionario (Bruhn: 387-389).

5.8 Orígenes de las encuestas de opinión

El interés por conocer las opiniones de la gente ha preocupado desde la antigüedad, especialmente en las esferas del poder, que han buscado ser informados sobre los estados de ánimo de la población. Valga como ejemplo la contratación por parte de los gobernantes de Grecia y Roma de personas para que se mezclaran con la ciudadanía con el fin de pulsar su opinión.

Una vez obtenida la información, ésta debía ser remitida a aquellos que la habían contratado. Estos personajes pueden ser considerados como los precursores de nuestros modernos encuestadores.

Stoetzel y Girard (mencionado por Berganza, et al., 2005: 179) nos trasladan a los orígenes de las encuestas de opinión. Su recorrido empieza por aquellos personajes (ya de ficción o del mundo real) que en algún momento han actuado al servicio de poderosos recabando información al estilo de los modernos entrevistadores, aunque hayan utilizado otros procedimientos.

Llama la atención cómo algunas de esas actuaciones son puestas en prácticas por regentes de nuestro siglo, como el caso de Mohamed VI, Rey de Marruecos, que salía a la calle de incógnito para conocer la opinión de la población.

Pero al margen de los ejemplos que nos muestran lo importante que es para los gobernantes conocer los estados de opinión, los orígenes de las encuestas tal y como actualmente las conocemos se encuentran en el siglo XIX en algunas revistas estadounidenses.

Con ocasión de las elecciones presidenciales de 1825, dos revistas norteamericanas (*Harriby Pennsylvanian* y *Raleigh Star*) utilizaron sus páginas para realizar una especie de encuesta sobre intención de voto entre sus lectores. Los resultados fueron publicados en dichas revistas. En 1916, fue la revista *Literary Digest* quien volvió a utilizar este método (Berganza, 2005:178).

5.9 Definición y objetivos de las encuestas

La encuesta es un procedimiento estadístico que permite captar la opinión de una sociedad o grupo social para determinar el sentido y la intensidad de las corrientes de opinión mayoritarias (Berganza, 2005:177).

Bosh y Torrente (mencionado por Igartúa, 2006:231). Una encuesta es el conjunto de procesos encaminados a obtener una determinada información de una muestra representativa de una población, mediante un conjunto de varias preguntas.

El objetivo de una encuesta es recoger información acerca de la frecuencia, distribución y correlación entre variables en una población dada. En el ámbito de las Ciencias Sociales quizá el ejemplo más representativo de encuesta son los estudios de opinión.

En Comunicación, unos de los principales usos de la encuesta es la medición de audiencias y el análisis de consumo mediático (Igartúa, 2006:232).

5.9.1 División de las encuestas

Las encuestas pueden dividirse *grosso modo* en ejercicios descriptivos y analíticos.

Una encuesta descriptiva intenta investigar factualmente. Las condiciones actuales o el estado de un asunto. Las encuestas de opinión pública, por ejemplo, pueden proporcionar datos sobre la actitud de la gente respecto a un tema específico. Históricamente, las encuestas descriptivas se remontan a los censos cuyo objetivo era definir las características generales de toda la población.

Las encuestas analíticas reúnen datos descriptivos, pero intentan además examinar las relaciones entre variables a fin de comprobar hipótesis investigativas.

En consecuencia, una encuesta puede evaluar la influencia de una campaña publicitaria sobre la conciencia que el público tiene de una marca o en las ventas de un producto.

Tales encuestas explicativas también han desempeñado un papel importante en las investigaciones sobre los efectos sociales de los medios (los efectos de la violencia mediática) (Bruhn, 2014: 388).

Las encuestas respecto al tiempo en que se recoge la información pueden adoptar una clasificación o característica transversal o longitudinal. No se omite señalar que, sin importar el método elegido por los investigadores, lo importante es que estas reúnen datos sobre un fenómeno social investigado, a través de los elementos o sujetos participativos.

Encuestas transversales. Este tipo de encuesta recolecta la información en un solo momento. Según Sampieri, su propósito es describir variables y analizar su incidencia o interrelación en un momento dado (Sampieri et al., 2010:151).

Este tipo de encuesta intenta establecer un aspecto de la opinión pública o conducta social vigente en el momento en que se realiza la indagación. A una muestra de espectadores de la televisión se le puede preguntar sobre su manera de verla o sobre sus estándares respecto a los programas. Durante las campañas políticas, se llevan a cabo encuestas para saber por quiénes votarán los participantes si la elección tuviera lugar ese día (Bruhn, 2014:392).

Otros ejemplos:

- Describir los comportamientos académicos de los maestros de la Licenciatura de Ciencia de la Comunicación.

- Evaluar el estado de limpieza que guardan los baños de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación.
- Encuestas longitudinales. Este diseño de encuesta constituye un procedimiento eficaz para examinar las relaciones a largo plazo entre variantes seleccionadas, ya que permite reunir una cantidad de respuesta a lo largo del tiempo.

Una de las ventajas de los diseños longitudinales consiste en permitir a los investigadores a examinar la verosimilitud de diferentes tipos de hipótesis causales.

Primero, los investigadores pueden empezar por desenredar las potenciales relaciones causales bidireccionales entre los medios y las actitudes o conductas del público.

En otras palabras, la exposición a la violencia mediática puede aumentar la posibilidad de la conducta agresiva, pero una predisposición agresiva también puede ser la causa de que ciertos individuos les gusten ver programas violentos.

Segundo, las investigaciones que utilicen una metodología longitudinal pueden establecer si la exposición a los medios se asocia o no con los cambios a largo plazo en las actitudes y conducta del público.

Es posible establecer tres tipos de diseños longitudinales:

1.- Estudio de tendencias. Se toma una muestra de una población dada y se estudia en diferentes momentos, entrevistando a participantes distintos cada vez, pero extrayendo todas las muestras de la misma población.

Este tipo de investigación se utiliza para registrar las opiniones y conducta cambiante de la gente a lo largo del tiempo y también para rastrear la evolución de ciertas cuestiones a través de diversas etapas de la vida.

2.- Estudios de cohortes. Estos estudios se enfocan en el mismo subsegmento específico de una población cada vez que se reúnen datos, aunque las muestras pueden ser diferentes. Comúnmente, los individuos participantes están vinculados de algún modo, acaso porque han nacido el mismo día o por que han pasado por el mismo suceso importante en su vida.

Los análisis de cohortes constituyen una técnica que se presta especialmente para monitorear los cambios en las actitudes y la conducta que se asocian con la madurez.

3.- Estudios de panel. Los estudios de tendencias y de cohortes permiten el análisis del proceso y el cambio a lo largo del tiempo, lo cual no suele ser posible mediante una encuesta transversal. Sin embargo, una de las limitaciones de estos dos tipos de estudios longitudinales es que investigan a diferentes personas en cada ocasión. Por lo tanto, no es posible registrar los cambios en las actitudes y conductas a través del tiempo con relación a *individuos específicos*.

En comparación, los estudios de panel recolectan datos a través del tiempo en la misma muestra de participantes; a esta muestra se le denomina “panel”. Por ejemplo, en una investigación sobre los efectos de la violencia televisiva en la agresividad de los espectadores, se repitieron las encuestas sobre los mismos individuos tras lapsos que variaban de uno a diez años, a fin de evaluar si una dieta anterior de programas violentos se asociaba no solo con la agresividad en ese momento sino con tendencias agresivas en una etapa posterior de la vida.

Sin embargo, los grupos de panel tienen sus problemas y limitaciones como: tienen que basarse en datos originales que se recogieron en su panel en particular.

La pérdida de uno o varios elementos del panel por muerte, cambio de ciudad o no estar dispuesto a seguir con el estudio (Bruhn, 2014:294-296).

5.9.2 Tipos de encuestas

Las oportunidades de contactar con el encuestado para recoger información pertinente sobre un objeto de estudio son muy variadas, cada una de ellas posee sus ventajas y desventajas.

Entre las formas más habituales tenemos: la encuesta personal o cara a cara, la encuesta por correo, la encuesta telefónica y la encuesta por internet.

Ventajas e inconvenientes de las diferentes encuestas.

5.9.2.1 Telefónica

El entrevistador pregunta a la persona encuestada a través de una conversación telefónica. La utilización de las entrevistas telefónicas ha aumentado considerablemente durante los últimos años gracias al creciente desarrollo tecnológico (Igartúa, 2006: 289).

En lo concerniente a las ventajas y desventajas que ofrece esta técnica para la recolección de datos se pueden observar en la siguiente tabla.

Tabla 2. Encuesta telefónica

Ventajas	Desventajas
Muy económicas	Es excluyente, pues sólo participan personas con teléfonos.
Índice de respuesta mayor	Es difícil una ayuda visual para contestar el cuestionario
Mayor control en el orden de preguntas	La entrevista es efímera
Mayor rapidez para recoger los datos	No se pueden utilizar preguntas abiertas.
Emplean menor número de personas	Es complejo tratar temas delicados

Fuente: Elaboración propia

5.9.2.2 Correo

Se realiza un cuestionario que es enviado por correo y donde la persona encuestada responde directamente sin la presencia del entrevistador. Además, se solicita a los destinatarios de este tipo de técnica, que una vez completado el cuestionario lo devuelvan a la mayor brevedad posible (Igartúa, 2006:290)

Tabla 3. Encuesta por correo

Ventajas	Desventajas
Una amplia cobertura	Muchas veces no se regresa la información.
Se evita lo imprevisto	No permite aclarar dudas o preguntas al encuestado.
Permite la anonimidad	Algunas veces las respuestas no atienden al elemento muestra
Evita distracciones con el encuestador	El correo es eliminado sin abrir
Los encuestados llenan el cuestionario a su propio ritmo y tiempo	La encuesta sólo se aplica a los usuarios de internet.

Fuente: Elaboración propia

5.9.2.3 Cara a Cara

Es la más utilizada en las Ciencias Sociales. El entrevistador, siguiendo unos criterios de muestreo especificados previamente, visita el encuestado en su domicilio o lo busca en la vía pública.

Asimismo, el entrevistador es quien lee las preguntas del cuestionario y quien anota también en el mismo las respuestas del encuestado (Igartúa, 2006:288).

Tabla 4. Encuesta cara a cara

Ventajas	Desventajas
Mayores porcentajes de respuestas	Se requiere de mayores recursos económicos, personales, y materiales
Aclaración de dudas	Se pueden salir del tema
El entrevistador conduce la entrevista	Lugares inaccesibles
Un ambiente más natural	Perdidas y maltrato del material utilizados en las encuestas
El tiempo de la encuesta no es necesariamente un límite.	Aparición de fenómenos atmosféricos

Fuente: Elaboración propia

5.10 La elaboración del cuestionario

El cuestionario es una de las herramientas más utilizadas en la investigación cuantitativa, por ello es conveniente ser muy cuidadoso y riguroso en su planteamiento y diseño, ya que de lo contrario puede ser un factor de múltiples distorsiones en los resultados.

El gran objetivo del cuestionario, de ahí su complejidad y laboriosidad, es colocar a todos los entrevistados en la misma situación psicológica. Todo deben entender lo mismo cuando se les formulan las diferentes cuestiones, aunque sean diferentes personas las que apliquen el cuestionario (Hagen y Jackson, mencionado por Berganza, 2005:199. Buttén, 2015).

Existen cuatro apartados importantes en todo cuestionario: presentación, inicio, cuerpo y conclusión.

El cuestionario debe comenzar con un mensaje de presentación; éste deberá incluir la identificación de la institución que lleva a cabo la investigación, nombre del entrevistado y una breve explicación de, al menos por qué se realiza la encuesta y qué tipo de información se requiere.

Es necesario que la introducción sea lo suficientemente efectiva, clara y concisa como para conseguir que la persona entrevistada acepte su colaboración en el estudio.

El inicio y la primera parte del cuestionario sugieren el tipo de preguntas que aparecerán a continuación y proporcionan algunas indicaciones para la persona entrevistada. Esta primera parte contiene, con frecuencia preguntas generales, rápidas y fáciles de responder: se trata, en definitiva, de un buen clima en torno a la encuesta, que no amenace a la persona entrevistada y permita su colaboración al contestar las preguntas que se realicen.

El cuerpo o media constituye la parte más extensa del cuestionario. Se sitúan aquí las preguntas relacionadas con el área de interés del estudio.

La parte final del cuestionario o conclusión, se suele reservar principalmente para realizar dos tipos de preguntas, a) preguntas delicadas, b) preguntas de identificación. Estas últimas, que se refieren a cuestiones demográficas y socioeconómicas de las personas entrevistadas (sexo, edad, ingresos económicos) es mejor situarla al final del cuestionario, dado que la respuesta supone un menor esfuerzo y también porque al principio se pueden percibir como una intromisión (Igartúa, 2006:293)

5.10.1 Elementos del cuestionario

Otros elementos que se deben tener en cuenta en la elaboración del cuestionario son los siguientes:

- 1.- Las preguntas deben ser relativamente pocas. Un cuestionario demasiado largo puede resultar pesado, causar hastío o rechazo.
- 2.- Formular preguntas relevantes a la investigación. Antes de redactar una pregunta hay que valorar su utilidad para el logro de los objetivos propuestos.
- 3.- Distribuir secuencialmente las preguntas de modo que formen una batería.
- 4.- Es recomendable enumerar las preguntas y las categorías de respuesta. Así, las modalidades de respuesta de la variable género podrían quedar numeradas del siguiente modo: 1 para los encuestados hombres y un 2 para las mujeres.
- 5.- Se debe dejar espacio suficiente para registrar o escribir las respuestas a preguntas abiertas.
- 6.- Es recomendable que la pregunta y sus categorías de respuesta aparezcan en la misma página (Igartúa 2006: 294).

5.10.2 La prueba piloto

El pretest o prueba piloto del cuestionario se define como una prueba previa que se realiza en un instrumento de medición antes de usarlo de modo definitivo. Por lo general es conveniente realizar un pretest del cuestionario antes de aplicarlo definitivamente a la muestra de estudio.

De todos modos, la necesidad de la prueba piloto y el tipo de prueba piloto que se realice vendrá determinado por la naturaleza del cuestionario, la experiencia del investigador y las características del proyecto de investigación (Paterson, 2000, mencionado por Igartúa, 2006:306).

La prueba piloto es esencial para adaptar las preguntas y vocabulario del cuestionario y para analizar si las personas que responden están entendiendo con las preguntas aquello que quienes las formularon pretendían que entendieran.

En la aplicación piloto, es conveniente recoger todas las reacciones que manifiesten las encuestadas (os), tales como facilidad, entusiasmo, aburrimiento, incertidumbre, duda, incomprensión o fatiga (Hueso et al., 2012:29).

Unidad 6

Definición de muestra y técnicas de muestreo

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población (la cual es el conjunto de todos los individuos sobre los que deseamos obtener información afin con el objeto de estudio).

Con frecuencia leemos y escuchamos hablar de muestra representativa, muestras al azar, muestra aleatoria, etcétera, como si con los simples términos se pudiera dar más seriedad a los resultados.

En realidad, pocas veces es posible medir a toda la población, por lo que obtenemos o seleccionamos una muestra y, desde luego, se pretende que este subconjunto sea un reflejo fiel del conjunto de la población.

Todas las muestras (en el enfoque cuantitativo) deben ser representativas, por tanto, el uso de los términos al azar y aleatorio sólo denota un tipo de procedimiento mecánico relacionado con la probabilidad y con la selección de elementos y unidades, pero no aclara el tipo de muestra ni el procedimiento de muestreo (Sampieri et al., 2014: 175).

6.1 Técnicas de muestreo

Las muestras pueden edificarse sobre dos grandes directrices no probabilísticas y probabilísticas.

En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador (Sampieri, et al., 2014:176).

Este tipo de muestreo se utiliza frecuentemente en las investigaciones mediáticas, se selecciona a las personas para la investigación sobre la base que estén disponibles, que no sea difícil entrevistarlas y que estén dispuestas a participar.

Las muestras de conveniencias, a veces pueden involucrar a los estudiantes universitarios que acuden a las clases del mismo investigador o a personas que se interceptan en la calle.

Sin embargo, existen tipos más sistemáticos del muestreo no probabilístico, aunque no cumplen con los requerimientos matemáticos del muestreo probabilístico, pueden, sin embargo, proporcionar muestras sólidas.

Muestreo intencional

Con frecuencia se utiliza en las investigaciones publicitarias, se hacen cuando se seleccionan los participantes de acuerdo con un criterio específico, como su adquisición a un determinado producto (Bruhn, 2014:390).

Muestreo de cuota

Constituye otro procedimiento del muestreo no probabilístico, en el cual se determina una cantidad (cuota) de individuos de una población para que sean miembros de la muestra. No hay un procedimiento especial para establecer la cuota. El criterio es arbitrario, simplemente puede determinarse encuestar, por ejemplo, a 30 hombres y 30 mujeres que compartan ciertas características específicas según la definición que el estudio señale (Castañeda, 2011:117)

En las muestras probabilísticas, todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis (Sampieri et al., 2014:175).

Las técnicas de muestreo probabilístico incluyen el muestreo aleatorio simple, el muestreo aleatorio sistemático, el muestreo aleatorio estratificado, y el muestreo por racimo, los cuales se describen a continuación.

Muestreo aleatorio simple

El muestreo aleatorio simple consiste en escoger los sujetos de la población de un marco muestral adecuado. En caso de tener un archivo electrónico con la lista de la población, los programas estadísticos pueden hacer dicha selección (lista de asistencia).

En caso contrario, y para una población pequeña, se puede asignar un número a cada sujeto de la población y extraer números aleatorios mediante ordenadores, calculadoras, tablas o incluso un bombo hasta completar el tamaño de muestra deseado (Hueso et al., 2012:11)

Muestreo aleatorio sistemático

Este procedimiento de selección es muy útil e implica elegir dentro de una población N un número n de elementos a partir de un intervalo k . Este último (k) es un intervalo que se va a determinar por el tamaño de la población y el tamaño de la muestra.

De manera que tenemos que $k=N/n$, en donde k es a un intervalo de selección sistemática, N es la población y n es la muestra (Sampieri et al., 2010:184).

Para ejemplificar los juicios anteriores, supongamos que se requiere de una muestra sistemática de 200 periodistas de una lista de 4000, el intervalo será 20 según nuestra fórmula.

$$K \frac{N}{n} = \frac{4000}{200} = 20$$

Muestreo aleatorio estratificado

Consiste en dividir la población en estratos o subconjuntos en función de las características más notables en las que la muestra esté equilibrada, y a partir de cada estrato, seleccionar la muestra aleatoriamente.

Puede ser proporcional, según el cual cada estrato quede representado en la muestra en la proporción exacta de su frecuencia en la población total (Albert, 2007:61).

Muestreo aleatorio por racimo

En algunos casos, en que el investigador, se ve limitado por recursos financieros, falta de tiempo, por distancias geográficas o por una combinación de estos y otros obstáculos se recurre al muestreo por racimo.

En este tipo de muestreo se reducen tiempo y energía, al considerar que muchas veces las unidades de análisis se encuentran encapsuladas o encerradas en determinados lugares físicos o geográficos, a los que denominamos racimos.

6.2 Manejo de los datos cuantitativos

La metodología de las investigaciones cuantitativas genera datos numéricos. Las encuestas (ya sean sobre el público o el contenido) y los experimentos son los “métodos” básicos de recolección de datos y forman parte de “metodologías” teóricamente ancladas de análisis e interpretación.

Estas técnicas matemáticas se utilizan para describir, organizar y también explorar las relaciones entre los datos. En términos epistemológicos, las investigaciones cuantitativas se basan típicamente en un enfoque hipotético-deductivo, que permite a los investigadores estructurar hipótesis (predicciones) sobre las asociaciones o las relaciones de causas-efecto que esperan encontrar entre las variables.

Por consiguiente, la meta de la recolección de datos y el análisis de datos cuantitativos es la producción de descubrimientos que conlleven a la aceptación o el rechazo de hipótesis específicas.

Unidad 7

El proceso de Investigación Cualitativa

Hasta la década de 1980, era común que los investigadores de los medios y la comunicación humanísticos y cualitativos de otro tipo se refirieran al carácter “no científico” a sus contribuciones (Farrel, 1987:123, mencionado por Bruhn). Para algunos, esta terminología era una manera de asegurar un nicho (definido a través de la negación) para las reflexiones sobre la comunicación humana fuera de las ciencias sociales. Para otros, la crítica era la alternativa elegida ante una ciencia establecida que se limitaba a describir, en vez de cambiar, las prácticas dominantes en los medios y la comunicación. Aunque no han desaparecido muchas de las *fallas geológicas* metodológicas, teóricas e incluso políticas, en las últimas tres décadas hemos visto dos importantes desarrollos en las investigaciones cualitativas.

Primero, se han iniciado más diálogos entre las corrientes cualitativas y cuantitativas, entre los investigadores críticos y administrativos y a través de la clásica división de las artes y las ciencias (Snow, 1964, mencionado por Brauhn, 2014:425).

Segundo, las publicaciones periódicas, los libros de texto y los manuales han servido para establecer estándares y procedimientos para la investigación cualitativa.

La consolidación y la institucionalización de las investigaciones cualitativas en las últimas décadas queda patente en diversas obras de referencias, manuales y antologías (Alvesson, eta al, Denzin y Lincoln, y otros mencionado por Bruhn, 2014:426), además, de un creciente número de revistas, monografías y libros de textos de diferentes disciplinas y campos.

Aunque las investigaciones sobre medios y comunicación han producido sus propias obras de referencia, resulta particular que este campo también haya adoptado diversas influencias interdisciplinarias.

Sin embargo, los estudios cualitativos sobre comunicación hoy tienen, en las muchas corrientes teóricas y metodológicas, por lo menos tres denominadores comunes:

Primero, los estudios se enfocan en el significado, a la vez como un objeto de estudio y como un concepto explicativo. Los seres humanos interpretan cada vez más su vida, así como los sucesos extraordinarios que experimentan, a través de las tecnologías de la comunicación como algo inherente y significativo.

Los investigadores, a su vez, reflexionan las interpretaciones que los individuos y grupos sociales tienen de sí mismos y sus comunicaciones.

Las personas realizan interpretaciones con un propósito y en un contexto; se orientan en el mundo y asumen posturas desde las que pueden emprender acciones. Estas interpretaciones, a su vez, fundamentan las acciones.

Segundo, las investigaciones cualitativas suelen asumir que la comunicación debe examinarse, hasta donde sea posible, en sus contextos **naturalistas**, aunque se puede pensar que esto se relaciona con el trabajo de campo antropológico.

Los contextos naturalistas también se seleccionan para propósitos investigativos específicos. Al igual que los estudios cuantitativos, los proyectos cualitativos practican muestreos (cultura, comunidades, localidades, periodos).

El tercer aspecto común en las investigaciones cualitativas es la concepción de los investigadores como *sujetos interpretativos*. En un cierto sentido, todas las investigaciones científicas-cuantitativas y cualitativas, naturales y humanísticas, se realizan con sujetos humanos en calidad de actores interpretativos.

Los estudios cualitativos se distinguen por la ubicuidad de la interpretación a través de todo el proceso investigativo (Brauhn, 2014: 425-427).

7.1 El proceso en etapas

La realización de una investigación, cuantitativa, cualitativa, o mixta se efectúa través de una serie de fases teniendo como sustento el método científico. Cada enfoque tiene sus características propias que servirán de guías en las diferentes etapas del estudio de investigación.

7.1.1 Generación de ideas

Las investigaciones se originan en ideas sin importar el tipo de paradigma ni el enfoque a seguir. Las ideas suponen el primer acercamiento a la realidad, fenómenos o eventos a estudiar. Al igual que vimos en la investigación cuantitativa, en la cualitativa el primer paso es la generación de esas ideas que darán paso a nuestra investigación.

La investigación cualitativa tiene un enfoque exploratorio y descriptivo, esto significa que estas investigaciones están diseñadas para descubrir todo aquello que se pueda aprender de un fenómeno de interés, en especial fenómenos sociales donde las personas participan.

Por este motivo, en este tipo de investigación, los investigadores intentan responder a preguntas de tipo exploratorias y descriptivas, como, por ejemplo, ¿cuál es el concepto que tienen sobre la tolerancia los adolescentes? ¿Cuáles son las gratificaciones que obtiene un niño cuando observa la televisión? ¿Cuál es la idea que tiene la población adulta sobre las relaciones homosexuales?

Lo que se pretende con este tipo de investigación no es *generalizar* unos resultados, sino más bien la comprensión de esa experiencia desde el punto de vista de los propios agentes.

Cuando tenemos una idea o fenómeno a investigar, es decir, cuando el investigador tiene a mano ese fenómeno de interés sobre el que investigar, hacerlo resulta más fácil: pero cuando esto no es así, el desarrollar un enfoque de estudio puede ser todo un reto.

El primer paso para esa generación de ideas suelen ser las fuentes, es decir de dónde surgen las ideas. Existe una gran variedad de fuentes que pueden generar ideas de investigación, tales como: libros, revistas, periódicos, observaciones de hechos, conversaciones con amigos, televisión, cine.

7.1.2 El planteamiento del problema

Una vez concebida la idea de la investigación y se ha profundizado en el tema elegido, llega el momento de plantear el problema sobre el que se quiere investigar, plantear el problema de investigación es afinar y estructurar más formalmente la idea de investigación.

En la investigación cualitativa, este paso se puede dar en diferentes momentos de la investigación, puede ser después de la generación de ideas, durante el proceso de la investigación al consultar la literatura y fuentes existentes, al elaborar el marco teórico, al recoger los datos o al final de la investigación.

Lo cualitativo no debe confundirse con lo no científico o con el desorden de la investigación, ya que una investigación cualitativa hay procedimiento y orden junto con apertura y variedad.

Otro aspecto importante que podemos encajar en este momento de la investigación es la justificación de la misma; sea cual sea el enfoque de una investigación cuantitativa o cualitativa, la *justificación* de la misma es necesaria. Esta justificación supone hablar sobre la conveniencia, es decir para qué sirve, sobre la relevancia, las implicaciones prácticas, el valor teórico.

La mayoría de las investigaciones se efectúan con un propósito definido: ayudar a resolver un problema social, construir una nueva teoría, etcétera, este propósito es el que debe justificar la investigación.

Otros aspectos a considerar son la *viabilidad* y la *factibilidad* de la investigación, elementos importantes a la hora de realizar el planteamiento del problema de investigación, ya que hemos de considerar los recursos humanos y económicos.

7.1.3 Selección del diseño

El diseño de la investigación incluye el enfoque global que debe realizarse, así como: la información detallada sobre el modo en que se va a realizar, con quién y dónde. Consiste en un plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación.

El diseño de una investigación cualitativa puede ser emergente o no emergente. Un diseño *no emergente* significa que el investigador indagará en su foco o tema de investigación mediante métodos cualitativos de recogida y análisis de datos.

En el diseño emergente, el investigador comienza con un foco de investigación y una muestra inicial y delimitará su foco de investigación y la estrategia de muestreo durante el proceso continuo de recogida y análisis de datos, esto hace que el diseño emergente sea más utilizado o deseable en la metodología cualitativa.

7.1.4 Elaboración del marco teórico

El marco teórico implica analizar teorías, investigaciones y antecedentes que se consideren válidos para el encuadre del estudio. El marco teórico no es sinónimo de teoría. En una investigación es conveniente buscar diferentes fuentes de consultas (libros, revistas, tesis, etcétera). Se trata de detectar, obtener y consultar bibliografía y otros materiales útiles para los propósitos del estudio.

Los estudios cualitativos, estando de acuerdo en que, un paso importante para la investigación, tienen distintas opiniones sobre el momento de la elaboración del marco teórico. Algunos opinan que, en ocasiones, el marco teórico se desarrolla después de una inmersión en el campo o una primera recolección de los datos o que la realización de la literatura se realiza, paralelamente al planteamiento del problema.

También están los que opinan que es el último paso del proceso de investigación, pero lo más usual es que se realice antes de reiniciar la recolección de datos después de una recolección preliminar

7.1.5 La selección de la muestra

En el enfoque cualitativo, la muestra es una unidad de análisis o un grupo de personas, contextos, eventos, sucesos, comunidades, etcétera, sobre la cual se recolectan los datos sin que, necesariamente, sean representativos del universo o población que se estudia, ya que en ocasiones la muestra es el universo mismo de análisis y no se determina hasta que se ha realizado la inmersión inicial en el campo y llega a variar conforme transcurre el estudio, teniendo un carácter de flexibilidad.

La selección de la muestra es un paso importante en el proceso de investigación, y como el resto de los pasos, éste debe estar totalmente relacionado con el paradigma que se ha elegido. La opción de la muestra en una investigación cualitativa se puede hacer por casos extremos, típicos o por la máxima varianza. La elección de una u otra forma va a depender del foco o tema de estudio. Los casos extremos se utilizan cuando se intentan comprender fenómenos inusuales o especialmente esclarecedores; por el contrario, los típicos serían los más usados.

El muestreo por máxima varianza, el investigador intenta comprender los fenómenos mediante la búsqueda de personas o escenarios que representen las mayores diferencias de este fenómeno, es decir el mayor abanico de experiencia del fenómeno en cuestión.

Para seleccionar una muestra, los investigadores cualitativos pueden utilizar la técnica denominada muestreo de bola de nieve mediante el cual, un participante o escenario conduce a otro participante o escenario como una bola de nieve, de esta forma se pueden localizar participantes o escenarios distintos a los primeros produciéndose así un proceso emergente y secuencial (Albert, 2007: 173-179)

7.1.6 La recogida de la información e instrumentos

La recogida de la información puede ser definida como el proceso organizado que se efectúa para obtener información a partir de fuentes múltiples, con el propósito de pasar de un nivel de conocimiento o de representación de una situación dada a otro nivel de conocimiento o de representación de la misma situación, en el marco de una acción deliberada, cuyos objetivos han sido claramente definidos y que proporcionan garantía suficiente de validez (Ketele, et al., 2000:17).

Una vez elegida la muestra a utilizar, se presenta el problema de elegir el método de recogida de datos o información asociados a la investigación cualitativa y a escenarios naturales. A través del método elegido y más

adecuado en cada caso, se pretende registrar y captar las acciones y/o palabras de las personas objeto de la investigación.

El enfoque cualitativo busca obtener información de sujetos, comunidades, variables o situaciones en profundidad en las propias palabras, definiciones o términos de los sujetos en su contexto. Para poder comprender cualquier fenómeno humano debemos investigarlo como parte del contexto en el que se produce.

Los postulados que defienden el paradigma alternativo conduce de manera directa a los métodos accesibles para que el investigador cualitativo los utilice en el escenario natural. El investigador cualitativo debe, y así lo hace, recoger la información en el escenario donde se produce el fenómeno o en el contexto donde va a investigar, ya que es ahí donde el investigador tiene mayor probabilidad de encontrar lo que debe estudiar acerca de un fenómeno de interés.

Los datos cualitativos consisten por lo común en la descripción profunda y completa de eventos, situaciones, imágenes, percepciones, experiencias, actitudes, creencias, emociones, pensamiento de las personas ya sea de manera individual o colectiva y se recolectan para analizarlos y así responder a las preguntas de la investigación (Albert 2007:179).

En este crisol de acciones es conveniente replantearnos algunas preguntas con el fin de ofrecer mayor validez y fiabilidad a la calidad de la información por recoger.

¿Cumple con los objetivos del estudio de investigación?

¿La información está lista para manejarse en operaciones numéricas?

¿Es veraz, suficiente y pertinente la información recabada?

Las funciones de la recogida de la información

Es necesario que la recogida de la información cumpla a cabalidad con las siguientes características para hacerla más confiable:

- Detectar un problema: el aprendizaje de los estudiantes de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación en la Unidad Académica de Derecho y Ciencias Sociales. UAT.
- Tomar una decisión: qué medio utilizo para informarme.
- Mejorar el funcionamiento: indago cómo optimizar información a mis alumnos
- Formar: un criterio sobre internet como modelo de aprendizaje.

- Delimitar un fenómeno: la comunicación de los diferentes medios electrónicos
- Poner a prueba las hipótesis: la información política de los medios electrónicos es más confiable que la impresa (Ketele, 2000: 12-13, modificado por el autor de la antología).

7.1.6.1 Los instrumentos en la recogida de la información

Habiendo formateado el campo de interés teórico y realizado muestras de sus componentes empíricos, un proyecto cualitativo selecciona los métodos concretos: las técnicas para interactuar en el campo, por consiguiente, el próximo paso es elegir el instrumento para la recolección de los datos. Los cuales pueden estar sustentados en: la entrevista, la observación y el análisis textual del discurso.

Las entrevistas constituyen uno de los métodos que más se usan en la recolección de datos, tanto en el campo investigativo como en el periodismo y la administración pública. El sentido común sugiere que “la mejor manera de descubrir lo que las personas piensan sobre algo es preguntándoselo” (Bower, mencionado por Bruhn, 2014:433).

En particular las entrevistas a profundidad, gracias a su afinidad con las conversaciones comunes y corrientes, constituyen los instrumentos preferidos para sondear las perspectivas de los usuarios (y otros comunicadores) sobre los medios. El habla es un modo de comunicación primario y familiar que forma parte integral de muchos géneros mediáticos, así como de la comunicación sobre los medios.

La dificultad está en que las personas no siempre dicen lo que piensan ni piensan lo que dicen. Como en el caso de las conversaciones cotidianas, los investigadores y comunicadores tienen que entresacar los significados e inferencias reales de lo que las personas y ellos mismos dicen.

Por tanto, resulta esencial darse cuenta que las declaraciones provenientes de las entrevistas o de los grupos de enfoque (o de las respuestas a encuestas o censos) no son simples representaciones, más o menos válidas o fiables, de lo que la gente piensa.

Todas las respuestas a las entrevistas son acciones en un contexto dado, acciones que surgen de la interacción entre el entrevistador y el o los entrevistados. Los discursos en una entrevista constituyen, en un sentido muy concreto “datos”. Mediante el análisis se convierten en fuentes de información, y mediante la interpretación, en fuentes de significado.

Los estudios cualitativos de los *medios* utilizan tres tipos básicos de entrevistas, que reflejan opciones básicas de entrevistar a una o más personas, quienes pueden tener o no una relación social preexistente.

Entrevistas con encuestados

En comparación con las entrevistas con informantes (que suelen ser menos comunes en los estudios mediáticos) el entrevistador se ve como un representante de ciertas categorías, como el género, la edad, el origen étnico, y el estatus social. La suposición consiste en que estas categorías se inscriben en los discursos de los encuestados sobre sí mismos y sobre los medios, a la vez que pueden recuperarse de ellos. Un ejemplo central de las entrevistas con encuestados han sido las investigaciones sobre la decodificación del contenido mediático.

Entrevistas con grupos naturalistas

A fin de explorar, en la medida de lo posible, lo que normalmente sucede en los escenarios sociales, los estudios cualitativos observan a los grupos que ocurren naturalmente tanto en la producción mediática como en la recepción mediática. En estudios de la producción, las entrevistas típicamente forman parte de las metodologías de observación, aunque se hayan usado metodologías de entrevistas (individuales) específicas (Newcomb y Alley, mencionado por Bruhn, 2014:435).

En los estudios del público mediático, las entrevistas en casa pueden revelar, por ejemplo, contradicciones en la manera en que los niños y los padres describen un “día mediático”.

Entrevistas con grupos constituidos

Los grupos que se constituyen específicamente para una investigación representan un compromiso entre las entrevistas con encuestados y las entrevistas con grupos naturalistas. Los miembros de un grupo poseen características demográficas particulares; también participan en una dinámica de grupo natural.

Para cualquiera de los casos mencionados arriba es necesario tener en cuenta tres elementos que requieren reflexión y planificación:

Duración. Las entrevistas incluyen desde los breves diálogos establecer el significado de un término en un lugar donde se producen medios repetidos, sesiones de una hora con un individuo o una familia para establecer sus hábitos mediáticos y hasta entrevistas biográficas integrales. (Bertaux, et al., mencionado por Brauhn, 2014:436). El propósito del estudio sugiere la investigación, pero a veces son las circunstancias prácticas las que lo determinan.

Estructura. Quizá el reto principal de las entrevistas cualitativas es cómo y en qué medida reestructurar la interacción. El intercambio puede abarcar una serie de temas, pero sin un orden específico, o pueden seguir una secuencia y estructura particular. En todo caso, los investigadores deben justificar sus elecciones y explicitar los procedimientos que puedan apoyar inferencias y conclusiones específicas.

Profundidad. La responsabilidad del entrevistador se acrecienta mientras mayor sea la profundidad de una entrevista. Aunque se puede pensar que “entre más profundo, mejor” la entrevista investigativa, con el fin de obtener las terminologías de los participantes o sondear sus estructuras conceptuales, se acerca a la entrevista terapéutica y pueden provocar la articulación de sentimientos reprimidos que ni el entrevistado ni el investigador están listos para manejar (Bruhn, 2014:436).

La observación

Observar es un proceso que incluye la atención voluntaria y la inteligencia, orientada por un objetivo terminal u organizador, y que está dirigido sobre un objeto para obtener de él información. (Ketele, 2000:22).

La observación se refiere en un sentido amplio, a la presencia continua y de larga duración, usualmente de un investigador, en un escenario delimitado. El observador, en cierto sentido, es el método: un instrumento de investigación que depende de todas las modalidades sensoriales y de diversos medios informativos (Jensen 2014:437). Dentro de esos diferentes medios informativos tenemos la clasificación que realiza (Munch et al., 2009: 40-44).

Tipos de observación

De acuerdo con los medios utilizados, el grado de participación del observador, el lugar donde se realiza y con los observadores, la observación puede clasificarse de distintas formas:

De acuerdo al
lugar dónde se
realiza

Lugar donde
se realiza

- Documental
- De campo
- De laboratorio
- Monumental

Participación
del
observado

- Participante
- No participante

Medios
utilizados
Observación

- Dirigida (regulada, estructurada)
- No dirigida (libre, no dirigida)

Número
de
observadores

- Individual
- En equipo

Tipo
de
Fenómeno

- Ciencias exactas
- Sociales
- Heurística
- Comprobación o rechazo de hipótesis

Observación documental

La observación documental se refiere a la investigación bibliográfica realizada en diversos tipos de escritos, tales como libros, documentos académicos, actas o informe, revistas y documentos personales.

Observación de campo

La observación de campo es aquella que se realiza en el lugar donde se presenta el fenómeno observado.

Observación experimental o de laboratorio

En la observación experimental, el investigador manipula ciertas variables para observar sus efectos en el fenómeno estudiado.

Observación monumental

Este tipo de observación es utilizada en ciencias como la antropología, la historia, la sociología y la historia del arte. Como su nombre lo indica, consiste en el estudio de las manifestaciones artísticas y culturales en los monumentos.

Participación del observado

Observación participante y no participante

En la observación participante, el investigador forma parte activa del grupo que se estudia, de tal forma que llega a ser un miembro del grupo.

En la observación no participante, el investigador se limita a observar y recopilar información del grupo, sin formar parte de éste.

Medios utilizados

Observación dirigida o estructurada

Utiliza una serie de instrumentos diseñados de antemano para el fenómeno que se va a estudiar. Se conoce lo que se va a observar y cómo se va a observar; se utiliza cuando se desea hacer una descripción sistemática de algún fenómeno o probar una hipótesis.

Observación no dirigida

También se conoce como libre, no estructurada, o simple. La observación no dirigida se emplea por lo regular como fases exploratorias del proceso de investigación para obtener datos preliminares y para conocer mejor el

fenómeno que se va a estudiar. Esta información se recopila en el diario de campo.

Número de observadores

Observación individual o en equipo

La observación individual es realizada por una sola persona y corre el riesgo de que influya el criterio o la subjetividad de observador. En la observación en equipo varias personas, ya sea que todas observen el mismo rasgo del fenómeno o que cada una observe un aspecto diferente.

De acuerdo con el tipo de fenómeno observado

La observación de fenómenos sociales trata el estudio de grupos humanos o conductas.

La observación heurística consiste en el estudio de datos, su examen y su crítica; de ahí se plantea una serie de preguntas.

La observación para comprobar o rechazar una hipótesis es aquella que, una vez planteada dicha hipótesis, se acepta o rechaza con base en una serie de instrumento que sirven para probarla (Munch, et al., 2014:40-44).

Unidad 8

Tipos de investigación

Investigación documental

Es la presentación de un escrito formal que sigue una metodología reconocida, puede ser la teoría ya probada y comprobada, puede además presentar lo dicho por dos o más autores acerca de un tema en específico, además, de las ideas del investigador (tipo de ensayo). Su preparación requiere que se reúna, interprete, evalúe y reporte datos en forma imparcial, honesta y clara.

La investigación documental es la que se realiza, como su nombre lo indica apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación encontramos la investigación (Ortiz, et al., 2008:6).

Bibliográfica

La cual se basa en las consultas de libros. Las consultas de libros normalmente se realizan en las bibliotecas de los diferentes centros educativos, ya que constituyen una fuente de ideas vivas que enriquecen a quienes consultan su acervo.

El poder generador de los libros consiste en que las hipótesis y conclusiones de uno sean parte para la repetición del proceso en otros, que actualizan proposiciones y plantean nuevos problemas.

El valor de la biblioteca ha sido admitido en todos los tiempos. En la antigüedad tuvo fama la de Alejandría, tanto por el número de libros que atesoraba como por la rareza de algunos de ellos.

Hemerográficas

Se sustenta en artículos y ensayos, de revistas y periódicos. A partir del siglo XIX, proliferó el periodismo -los periódicos nacieron en ciudades capitales-. En la actualidad, hasta ciudades pequeñas tienen el privilegio de contar con periódicos locales.

Las revistas fueron originalmente resúmenes de tópicos culturales y científicos que pugnaban por la divulgación. Posteriormente la publicidad vio en ellas un vehículo portador de anuncios e impulsó su crecimiento.

Archivística

En esta categoría se encuentran los archivos referentes a, cartas, oficios, circulares, expedientes, etcétera. Toda institución pública o privada, registra los actos más sobresalientes de su vida diaria. Un documento redactado con el fin de que los miembros del grupo puedan consultar los acuerdos a que llegó una asamblea, una carta personal, un convenio privado, un contrato girado por una secretaría, son documentos de valor incalculable en cierto tipo de investigación (Olea, 1993: 30-34).

La investigación documental es la presentación de un escrito formal que sigue una metodología reconocida. Esta investigación documental se asigna en cumplimiento del plan de estudio del Instituto de Estudios Superiores (IES).

Consiste primordialmente en la presentación selectiva de lo que expertos ya han dicho o escrito sobre un tema específico.

En la investigación documental se pueden observar dos tipos o clasificaciones, la argumentativa o exploratoria y la informativa o expositiva.

La investigación documental argumentativa, en este escrito se trata de probar que algo es correcto o incorrecto y que requiere solución. Discute consecuencias y soluciones alternas, y llega a una conclusión crítica después de evaluar los datos investigados. Una vez que el tema ha sido seleccionado, el siguiente paso básico es generar preguntas sobre el mismo que puedan guiar la recolección de la información significativa al desarrollar la investigación.

La investigación documental expositiva, este escrito es una panorámica de la información relevante de diversas fuentes confiables sobre un tema específico, sin tratar de aprobar u objetar alguna idea o postura.

Toda información presentada se basa en lo que se ha encontrado en las fuentes, la contribución del investigador radica en analizar y seleccionar de esta información aquello que se considera relevante para el estudio.

8.1 Características de la investigación documental

La investigación documental se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información. Generalmente, se identifica con el manejo de mensajes registrados en la forma de manuscrito e impresos, por lo que se asocia normalmente con la investigación archivística y bibliográfica.

Se caracteriza por la utilización de documentos, recolecta, selecciona y analiza y presenta resultados coherentes.

Utiliza los procedimientos lógicos y mentales de toda investigación; análisis, síntesis, deducción, inducción.

Realiza un proceso de abstracción científica, generalmente sobre la base de lo fundamental.

Puede considerarse como parte fundamental de un proceso de investigación científica, mucho más amplio y acabado.

Es una investigación que se realiza en forma ordenada y con objetivos precisos, con la finalidad de ser base para la construcción de conocimientos.

Se basa en la utilización de diferentes técnicas de: localización y fijación, análisis de documentos y de contenidos.

8.2 La documentación en los medios de comunicación: situación actual y perspectivas de futuro

LUIS CODINA

Dpto. B. y D. Universidad Pompeu Fabra

Esta aportación se ha tomado tal y como aparece en el trabajo original de su autor, respetando la métrica de su artículo.

1. Definición y límites

Comenzaremos por establecer que, en nuestra opinión, la *Documentación en los medios de comunicación*, en cuanto disciplina y campo de ejercicio profesional, consiste en documentación aplicada a los medios de comunicación social.

En este sentido, creemos que la expresión anterior es solamente una de las tres variaciones denominativas que suele recibir esta disciplina en nuestro país. Las otras dos denominaciones habituales en la universidad española son: *Documentación informativa* (p.e., en la Universidad Complutense de Madrid) y *Documentación periodística* (p.e., en la Universidad Pompeu Fabra, de Barcelona).

Es cierto que tales diferencias de denominación reflejan también ciertas diferencias de contenido; pero, en nuestra opinión, se trata o bien de diferencias de *énfasis* (qué campos concretos cubre con preferencia cada de ellas) o de *escuela* (es decir, qué metodologías u orientaciones, tradiciones científicas, etc., utilizan con preferencia cada una de ellas). La cuestión es que, en nuestra opinión, resultan ser básicamente la misma disciplina en cuanto contemplan un mismo objeto de estudio, a saber: la aplicación de la *Documentación al contexto de los medios de comunicación social*; así como sus metodologías, pese a sus diferencias, son similares e intercambiables.

Por ello, y realizando una síntesis de propuestas fundacionales presentadas por dos de los más significativos especialistas de nuestro país en

este terreno, José López Yepes (1989, 1996a, 1996b) y María Eulalia Fuentes (1984, 1992, 1995), a lo largo de diversas obras, nosotros proponemos la siguiente definición de Documentación en los medios de comunicación, que modifica una primera propuesta que presentamos en 1997 (Codina, 1997):

- Conjunto de ciencias y técnicas documentales al servicio de: a) la producción de informaciones de actualidad, b) el incremento de su calidad, c) su almacenamiento y conservación y (iv) su difusión y reutilización

La definición anterior es, como hemos dicho, de síntesis y, de forma expresa, no intenta discriminar entre las diversas dimensiones de la *Documentación en los medios* como disciplina, sector económico y profesión; cosa que se hará más adelante.

En este trabajo intentaremos presentar, por tanto, tal como señala el título, cuál es la situación y cuáles son las perspectivas de futuro de esta disciplina, pero siempre desde una perspectiva conceptual y metodológica, y no tanto, en el sentido de una descripción de la situación “de facto” en los centros de documentación de los medios de comunicación.

Esta última clase de estudios son siempre oportunos, pero también son, a la vez, extremada y necesariamente coyunturales. En cualquier caso, con sus virtudes y sus defectos, quedan expresamente fuera de la intención de este trabajo, que se moverá, como ya se ha dicho, más bien por terrenos conceptuales y metodológicos, terreno que también posee, es evidente, sus propias virtudes y defectos.

En este sentido, lo que se presente a continuación debe entender como un intento de establecer cuál es el estado actual de la cuestión de la *Documentación en los medios de comunicación* en cuanto disciplina, mientras que, en las últimas secciones se realizará un intento de prospectiva.

Por último, corresponde advertir que, a partir de ahora, se utilizará la expresión *Documentación en los medios*, obviando por tanto la última parte del nombre (...de comunicación), por un lado, por simple economía de lenguaje y, por otro, porque nos parece más compatible con una posible evolución futura de la disciplina, de la que nos ocuparemos en su momento en el apartado de prospectiva.

PRIMERA PARTE: Estado de la cuestión

2. Las dimensiones de la Documentación en los medios

La Documentación aplicada a distintas ramas del conocimiento ha

producido algunas especialidades con notable personalidad propia, como la *Documentación Biomédica* o la *Documentación Jurídica*, por citar dos de las más conocidas y, probablemente, mejor fundamentadas de tales especialidades.

La *Documentación en los medios* (recordemos que aquí se defiende la idea de que es equiparable a la *Documentación informativa* y a la *Documentación periodística*), aunque tal vez sea menos conocida que las anteriores, forma parte de este grupo de disciplinas.

En cualquier caso, algunas de estas aplicaciones, como las dos citadas y la propia *Documentación en los medios*, se han constituido en ramas tan especializadas que, de facto, constituyen auténticas disciplinas académicas que, sin dejar de formar parte de una macro disciplina más general (la *Biblioteconomía y la Documentación*, como se identifica la disciplina en el sistema científico de la universidad española o las *Ciencias de la Documentación* como prefieren algunos autores), poseen un objeto de estudio, una metodología y un corpus de conocimiento en parte compartido y en parte bien diferenciados de otras ramas de la Documentación aplicada.

Además, tales disciplinas gozan de una realidad tecnológica y económica también propia, que dan un férreo testimonio de la solvencia y realidad de tal especificidad. Por ejemplo, y para centrarnos en la *Documentación en los medios* que es el objeto de este trabajo, podemos señalar que existe un conjunto de tecnologías propias de esta rama, tales como sistemas integrados Redacción/Centro de Documentación o sistemas de gestión electrónica de documentos que son específicos para las empresas del sector de los medios de comunicación social.

Además, como es sabido, existe un notable sector económico directamente relacionado con la *Documentación en los medios* que está formado por el conjunto de bienes y servicios que proporcionan los departamentos de documentación de las empresas periodísticas, así como por los bienes y servicios que producen y comercializan empresas especializadas.

Por tanto, basándonos en el considerable corpus de conocimiento que ya ha generado esta disciplina, y siguiendo a algunos de los principales autores que han realizado aportaciones a este campo (véase la bibliografía) se propondrá un modelo que, eventualmente, puede servir como fundamentación conceptual de tal disciplina.

El objetivo de este modelo es proponer un conjunto de proposiciones que cuya aspiración es contribuir a la dilucidación de conceptos. Finalmente, se persigue un intento de unificación de teorías y conceptos en este campo.

Los dos principales bloques de elementos que se discutirán aquí son (1) las funciones de la *Documentación en los medios* y (2) la naturaleza de la documentación Periodística, como núcleo de la anterior. Dentro de cada uno de los bloques anteriores se presentarán y discutirán diferentes proposiciones, pero ambos bloques irán precedidos por unas definiciones iniciales que ayudarán a situar la discusión posterior.

Para caracterizar a la *Documentación en los medios*, proponemos tres definiciones (para ello recuperaremos la definición de síntesis que se presentó en el punto 1), correspondiente a sus tres dimensiones principales: (1) disciplina científica, (2) actividad profesional y (3) sub sector económico.

Definición 1: La *Documentación en los medios* como disciplina

- Estudio de la naturaleza, diseño y utilización de los sistemas de información documental al servicio de: a) la producción de informaciones de actualidad, b) el incremento de su calidad, c) su almacenamiento y conservación y d) su recuperación, difusión y reutilización.

Definición 2: La *Documentación en los medios* como profesión

- Conjunto de prácticas profesionales relacionadas con el diseño y la utilización de sistemas de información documental aplicados a los medios de comunicación social.

Definición 3: La *Documentación en los medios* como sector económico

- Conjunto de bienes y servicios relacionados con el diseño, creación y explotación de sistemas de información documental que permiten el almacenamiento, conservación, representación, recuperación y difusión de informaciones creadas por los medios de comunicación social.

3. Dos visiones de la producción de la noticia

Antes de entrar en la discusión de sus funciones, y con el fin de situar el papel de la *Documentación en los medios* en la producción de la noticia (*), puede ser útil comparar dos visiones distintas sobre los sistemas redaccionales de las empresas informativas.

La primera visión queda reflejada en el diagrama de la Figura 1, a la que denominamos Visión Simplista, y según la cual, en un sistema redaccional entran informaciones en tiempo real procedentes de diversas fuentes (p.e., notas de prensa, ruedas de prensa, comunicados oficiales, sucesos, etc.), las cuales, tras ser elaboradas por la redacción del medio, dan lugar a los distintos géneros de noticias periodísticas (noticias en sentido estricto, reportajes, crónicas, entrevistas, etc).

Visión Simplista

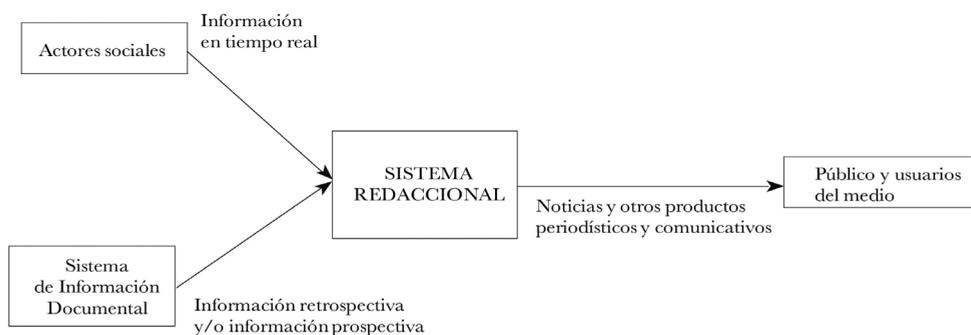
Figura 1.



¿Qué es lo que está mal en la visión anterior? El problema consiste simplemente, o nada menos, en que no responde a la realidad. Si comparamos ahora con el diagrama de la Figura 2 podremos ver, de un modo menos *naïf*, en qué consiste en realidad un sistema de producción de noticias periodísticas y dónde falla el primer diagrama.

Visión Realista

Figura 2.



Efectivamente, ahora podemos ver cuáles son las auténticas entradas relevantes (además de las que ya podemos suponer, como energía, recursos financieros, etc.) de un sistema de producción de noticias periodísticas, a saber: (1) información en tiempo real e (2) información retrospectiva y/o

prospectiva. Lo que el diagrama anterior muestra, por tanto, es lo que la producción de noticias tiene dos clases de ingredientes o entradas, y que uno de esos ingredientes viene proporcionado.

(*) En este trabajo utilizamos el término noticia en un sentido amplio y, por tanto, para referirnos mediante una sinécdoque a toda la gama de géneros y productos periodísticos que crean las empresas de comunicación social. Por tanto, el término noticia se refiere no solamente a las noticias en sentido estricto, sino también a géneros como el reportaje y las entrevista; y no solamente se refiere a los medios escritos, sino también a los productos informativos de la radio, la televisión e Internet.

Por los servicios y sistemas de información documental, es decir, por aquella clase de servicios y sistemas de los que se ocupa la Documentación en los medios (o la *Documentación informativa* o *Documentación periodística*).

Resulta difícil definir de una manera compacta qué es información en tiempo real, por lo que acudiremos a una definición operativa. A efectos de este trabajo, entenderemos por información en tiempo real aquella que se produce de manera más o menos sincrónica con el hecho de su consumo o recepción. Por ejemplo, las informaciones que un periodista obtiene asistiendo a una rueda de prensa son en tiempo real, al igual que las que obtiene cuando lee un diario o atiende a una noticia de televisión, en ambos casos del día.

En cambio, una emisión radiofónica o televisiva del día anterior o de dos meses antes o de dos años antes son casos de información retrospectiva. Lo mismo sucede si se trata de un diario o de una publicación escrita de cualquier clase de varios días, semanas o años anteriores.

La cuestión es que la información retrospectiva sólo puede ser utilizada adecuadamente a través de sistemas de documentación, bien de la propia empresa informativa, bien de terceras empresas. Es por ello, que podemos decir que los sistemas de documentación proporcionan una de las dos entradas principales en la producción de noticias.

En qué grado o con qué porcentaje interviene la información retrospectiva en la producción de las noticias es algo que, por lo menos hasta donde sabe este autor, no ha sido medido de manera sistemática hasta ahora, aunque se han hecho algunas aproximaciones que permiten afirmar lo siguiente: su grado de participación es más alto cuanto mayor calidad posee el producto periodístico. En el límite, en algunos géneros

periodísticos, como en el periodismo de investigación o en el periodismo de precisión, la mayor parte del insumo del producto resultante consiste, precisamente, en información retrospectiva.

Esto nos permite enunciar lo que podríamos llamar la *ley de hierro de la información periodística*: cuanto mayor es la calidad del producto informativo, tanto más intensivo habrá sido el uso de la información retrospectiva en el mismo y, en consecuencia, tanto mayor es la probabilidad de que haya requerido el uso intensivo de sistemas de información documental.

No debe hacerse una lectura simplista de la anterior ley: la información retrospectiva puede intervenir de muchas formas, y muchas veces lo hace de forma invisible, razón por la cual algunos analistas podrían caer en el error de creer que el diagrama de la Figura 1 responde a la realidad.

Un ejemplo trivial: cuando el autor de un reportaje consulta un dato concreto (una fecha, un nombre, una cifra, etc.) para asegurar la corrección de sus informaciones, probablemente lo hará utilizando el centro de documentación de su diario (o emisora, etc.).

Ahora bien, si su medio no posee centro de documentación ni ningún sistema de información documental, es evidente que el periodista no podrá hacer tal cosa y, entonces, para cualquiera que conozca cómo son las rutinas de producción de los medios de comunicación será evidente que, entonces sus informaciones o bien carecerán sistemáticamente de datos que complementen y enriquezcan la noticia o los datos no serán fiables, por lo cual, sus informaciones serán, por término medio, de menor calidad que las de la competencia que sí posea centro de documentación.

Lo mismo que es válido para la solución de una necesidad de información puntual (la obtención de un dato concreto para asegurar la corrección de la información) con mucho mayor motivo, se puede aplicar para la solución de necesidades de información complejas (la obtención de información para realizar una entrevista, un artículo de fondo, un reportaje, etc.).

Y esto nos lleva al tema de la próxima sección, donde presentaremos una propuesta de sistematización de las funciones de la *Documentación en los medios*.

4. Funciones

Para reducir la amplia casuística de funciones que la *Documentación en los medios* aporta a la producción de la noticia, proponemos considerar lo que llamamos las tres *clases de funciones esenciales* de la documentación periodística en la creación de la noticia:

- De calidad
- De creatividad
- De rentabilidad

4.1 La función de calidad

Cada una de las tres funciones anteriores se puede descomponer en otras sub funciones o se pueden enfocar desde otras facetas. La primera función, la de calidad, se puede descomponer, como mínimo, en dos facetas: (1) la complementariedad y (2) la de credibilidad.

La complementariedad indica que, a menudo, las producciones periodísticas, típicamente los reportajes, pero también otros géneros periodísticos como las entrevistas, requieren ser completados con información retrospectiva para poderse publicar dentro de unas exigencias mínimas de exigencia de calidad.

Ahora bien, al mismo tiempo, a medida que el medio consigue sistemáticamente determinados niveles de calidad, gracias al recurso intensivo a los sistemas de información documental, consigue al mismo tiempo niveles cada vez más altos de credibilidad. Son, en realidad dos caras de la misma moneda.

Primer caso:

Antes de entrevistar a un personaje, el periodista hará muy bien en obtener información general sobre este personaje, así como leer otras entrevistas que se hayan publicado del mismo. Este es un tipo de información que no siempre es posible encontrar en obras de consulta como Diccionarios o Enciclopedias, sino que frecuentemente no se encuentra más que en los centros de documentación de los medios. Si el periodista tiene la oportunidad de documentarse sobre el personaje que ha de entrevistar, es plausible que haga una entrevista más incisiva, más original y de más valor informativo.

Como un efecto lateral, el entrevistado otorgará más crédito al entrevistador y se esforzará más en sus respuestas. Aquí tenemos un ejemplo donde la Documentación periodística actúa de manera implícita, ya que la información retrospectiva no se “ve” de manera explícita en el producto periodístico.

Segundo caso:

Para ilustrar un reportaje sobre la situación actual, por ejemplo, del narcotráfico o de la actuación de las mafias en Europa (por citar un tema

tristemente frecuente en la agenda de los medios) el jefe de redacción pedirá datos sobre el tema, fotografías para complementar el texto, noticias anteriores sobre el mismo tema y entrevistas a protagonistas importantes, algunos tal vez ya desaparecidos, para documentarse, etc. Aquí tenemos un típico ejemplo de uso explícito de documentación periodística para cumplir la función de incrementar la calidad del trabajo final, esta manera explícita: por ejemplo, con fotografías del departamento de documentación o con citas de alguna declaración anterior de protagonistas de la historia, etc.

Tercer caso:

Hay un uso, que es el más conocido (y aparentemente trivial) de la documentación periodística, pero que nos servirá para ilustrar otra dimensión de la cuestión. Es el siguiente: en cualquier clase de género periodístico será necesario conocer o comprobar datos: un año de nacimiento, la denominación exacta de un organismo, el cargo concreto de una autoridad de la Administración, el segundo apellido de un personaje, el número de habitantes de un país, etc. Un centro de documentación de un medio bien organizado no solamente tiene bien determinado cuál es el rango y la tipología de los datos más solicitados, sino que los tiene bien compilados, bien organizados y de fácil consulta.

Cuarto caso:

Veamos ahora un uso que, a primera vista, es poco evidente, pero estrictamente necesario de la *Documentación en los medios*. A menudo, un medio necesita revisar qué va a decir sobre determinado tema antes de publicar una nueva información sobre ese mismo tema.

Para ser más concretos: supongamos que el director del diario X necesita hoy volverse a pronunciar oficialmente, a través de un editorial, sobre la firma de determinado polémico tratado firmado hace cinco años entre, digamos, España y la Unión Europea. Bajo pena de hacer el ridículo, el director del medio hará bien de mirarse los editoriales y artículos de fondo que su medio publicó en su momento, antes de escribir (o de encargar) el nuevo editorial. Un medio consistente, que no defiende hoy aquello que atacó ayer siguiendo intereses espurios o modas frívolas, sino que hace un esfuerzo para mantener la consistencia, ganará, inevitablemente, en credibilidad ante sus lectores y de su público en general. Esto no implica que un

medio no pueda cambiar de opinión, sino que, si lo hará, o tendrá que razonar y justificar y, por ello, necesitará saber igualmente que publicó ayer sobre el tema X.

Por tanto, el uso sistemático de la documentación periodística completa y complementa las noticias, *lo que otorga a un medio, al mismo tiempo, calidad y credibilidad.*

4.2 La función de creatividad

El término creatividad sirve aquí para designar cosas diferentes, pero muy relacionadas entre ellas. A diferencia de los casos examinados antes, en esta función es la documentación periodística por sí sola la que constituye el cuerpo principal de algunos productos periodísticos. Expondremos estas funciones con el uso de ejemplos o casos paradigmáticos.

Primer caso:

Hay productos periodísticos que están compuestos en su totalidad por información retrospectiva, es decir, por informaciones que provienen de servicios de documentación periodística (internos o externos). Un caso típico son las producciones audiovisuales que consisten en montajes de imágenes retrospectivas, un género muy apreciado por los telespectadores y que van desde productos de simple entretenimiento hasta reportajes de investigación. Otro caso típico con los anuarios o los dossiers temáticos que acostumbran a publicar algunos medios y que, totalmente, o en parte están formados por información retrospectiva.

Segundo caso:

Con frecuencia, el periodista que lleva a cabo sus tareas en gabinetes de prensa necesita enriquecer la información de base de que dispone para crear notas de prensa atractivas. También es frecuente la situación inversa, el periodista de un medio de comunicación recibe una nota de prensa de un tema que parece interesante y que podría ser una buena noticia, pero puede ser un texto demasiado breve. En estos casos, una estrategia inteligente de trabajo consiste en buscar y obtener información sobre el tema de la nota de prensa utilizando fuentes documentales. A partir de aquí es posible (y es frecuente) que el periodista pueda crear una información de interés donde antes había únicamente una escueta nota de prensa o un despacho de agencia de pocas líneas.

Tercer caso:

Hay géneros periodísticos que solamente tienen sentido con el recurso intensivo de informaciones retrospectivas. Hay noticias o hechos noticiables que no dependen de ningún suceso puntual ni de ninguna información en tiempo real, sino que consisten en realidades más o menos ocultas que únicamente una actividad investigadora, fuertemente apoyada en el uso de información retrospectiva puede poner al descubierto. Casos concretos son, como ya se ha señalado, el periodismo de investigación y el periodismo de precisión.

Aquí, la información retrospectiva y, por tanto, los sistemas de información documentales en general, juegan un papel sutil, pero de gran importancia: cooperan para superar el muy empobrecedor concepto de noticia según el cual noticia equivale a acontecimiento puntual. La aparición de miles de peces muertos en un río sería una noticia, pero no una investigación que tal vez permitiría establecer alguna correlación o algún hilo de unión entre otros accidentes ecológicos y alguna determinada política medio ambiental.

Solamente con el recurso intensivo por parte del periodista a sistemas de información documental, internos o externos al medio, es posible superar esa idea, como decimos tan empobrecedora, según las noticias se limitan a los acontecimientos y los medios de comunicación se limitan a cubrir hechos puntuales.

4.3 La función de rentabilidad

¿En qué sentido la documentación periodística satisface una función de rentabilidad? Como en las anteriores, hay diversas dimensiones en la función de rentabilidad.

La primera dimensión de la función de rentabilidad es la más obvia: permite reutilizar los materiales informativos creados por el medio. O, dicho de otra forma, permite realizar economías de escala con la producción propia. Cada vez que el responsable de arte de una publicación o el jefe de redacción de un diario necesita materiales (típicamente, fotografías) para complementar sus creaciones periodísticas, tienen dos opciones: encargar sistemáticamente la producción de materiales nuevos cada vez o reutilizar de manera selectiva materiales gráficos creados en anterioridad.

Un medio informativo con un importante fondo gráfico propio necesita complementar con ilustraciones fotográficas un reportaje sobre las instituciones administrativas y de gobierno de la Unión Europea. Una opción teórica es enviar un fotógrafo para realizar un reportaje gráfico

de Bruselas, Luxemburgo, etc. Otra opción es solicitar imágenes sobre el mismo tema a su centro de documentación. Probablemente, el centro dispondrá de algunas, sino todas, las imágenes que pueda necesitar y podrá proporcionarlas a la redacción en cuestión de horas o minutos. La primera opción es inconmensurablemente más cara que la segunda. Una tercera opción es adquirir las imágenes a una agencia de imágenes. No resulta tan económica como aprovechar el material propio, pero continúa siendo mucho más económica que crear los materiales de nuevo en cada ocasión, y no deja de ser una variante de uso de servicios documentales de información retrospectiva.

Segundo caso:

Un medio audiovisual, un canal de televisión, por ejemplo, ha de afrontar el típico programa-balance con motivo de alguna efeméride: centenario del nacimiento de un pro hombre; aniversario de la creación de alguna institución; celebración de elecciones, etc. El productor del programa tiene de nuevo dos opciones: comprar el material a una empresa externa o explotar su propio fondo audiovisual. Naturalmente, la segunda opción ofrece un rendimiento superior no solamente en un sentido económico del término, sino también en un sentido cualitativo. Pensemos en el caso de una televisión autonómica. Los materiales de su fondo audiovisual no podrían ser sustituidos por los fondos de las grandes agencias informativas nacionales o internacionales.

En general, si los medios no gestionan bien sus fondos propios, se encontrarán ante necesidades que no podrán cubrir de ninguna otra forma. Si Televisión Española no gestionara bien su fondo documental, difícilmente podrá acudir a agencias internacionales para cubrir, por ejemplo, el aniversario de la Constitución española. Igualmente, ningún otro fondo podrá competir con el de la Televisión de Cataluña cuando deba realizar reportajes sobre las próximas elecciones autonómicas o municipales, etc.

Tercer caso:

Hay un aspecto de la rentabilidad que, en nuestro país es casi inédito, pero que tiene una larga tradición en países con mejores políticas económicas de conservación de su patrimonio documental.

En España es infrecuente que las empresas de comunicación pongan a explotación en el mercado sus fondos documentales (aunque esto,

probablemente está a punto de cambiar, según comentaremos en la sección de prospectiva). En concreto, en Inglaterra y Estados Unidos, es habitual que casi todos los diarios nacionales, regionales e incluso locales tengan una segunda fuente de ingresos que proviene de facilitar la consulta de sus archivos y bases de datos mediante algún sistema de cuotas o mediante pagos puntuales.

En España es una actividad exótica, aunque tenemos algunas excepciones ilustres, como la Agencia EFE que hace años que tiene en explotación diversas bases documentales con información retrospectiva, no solamente de texto sino también de productos gráficos.

En todo caso, lo que queremos argumentar es que la explotación de los fondos documentales del medio como producto en sí mismo es cada vez más una fuente de ingresos adicionales para los medios.

SEGUNDA PARTE: Prospectiva

5. El escenario de la digitalización

Si algo ha cambiado, y cambiará aún más en el futuro, la situación de la *Documentación en los medios* ha sido la World Wide Web y la tendencia a la digitalización que ha traído consigo.

Se trata en realidad, de una doble tendencia: tendencia a la digitalización de todo lo digitalizable (texto, imágenes, sonido...) y tendencia a su puesta en línea a través de la www.

Lo que esto significa es que las empresas de comunicación comienzan a ser conscientes del valor que encierran sus colecciones retrospectivas; valor que se incrementa aún más si cabe en el caso de los medios audiovisuales, con la posibilidad de poner en la Web miles o decenas de miles de horas de radio y televisión.

Por su parte, algunas empresas periodísticas están en condiciones en poner en la Web patrimonios culturales de la dimensión de decenas y decenas de años de prensa diaria. Una información que, como es sabido, tanto en la prensa escrita como en la prensa audiovisual es de carácter único: ninguna otra fuente de información aporta la clase de informaciones que recoge la prensa escrita o la prensa audiovisual. Una información que es absolutamente insustituible no solamente para el trabajo del periodista, sino del investigador social, del historiador, del economista y del empresario.

La tendencia a la digitalización y la consiguiente puesta en línea no está exenta de obstáculos. No es el menor la dificultad intrínseca de la

digitalización de grandes colecciones. Apenas existe ese problema en las colecciones de la prensa escrita de los últimos diez años, puesto que los documentos se crearon originalmente en formato digital; pero persiste en aquellos casos en los que se trata de colecciones que cubren varias décadas o incluso más de un siglo. Persiste el problema también en los documentos audiovisuales, que de forma masiva se conservan en formato analógico.

Otro importante rompecabezas lo constituye la propiedad intelectual, cuyas leyes no parecen hechas para el mundo digital; aunque es evidente que los derechos de autor (los morales y los económicos) merecen el mismo respeto en el mundo digital que fuera de él. Por último, la preservación de los documentos digitales y las dificultades del ancho de banda de la WWW completan un bonito panorama de problemas en este terreno.

Pese a todo, la tendencia, como decimos, parece imparable. Si algo es la Web es contenido. Es cierto que es comercio, correo electrónico y mercadotecnia, pero sobre todo es contenido. Sin contenidos la Web se derrumba, y los medios de comunicación serán durante los próximos años los líderes y los grandes proveedores de contenidos de la Web, si es que no lo son ya.

5.1 El centro de documentación como núcleo del sistema redaccional

Una primera consecuencia es la siguiente: el sistema redaccional cada vez más se concibe como una factoría unificada cuyas noticias, las mismas noticias, se distribuyen a través de los diversos soportes de la empresa informativa: el diario, la emisora de radio y televisión y la página web.

Esta concepción, lleva otra de la mano: la empresa informativa necesita un único centro documental que permite y facilite la realización de economías de escala no ya en el seno de una misma plataforma (prensa, radio, televisión, web), sino entre las distintas plataformas.

Así, en los países anglosajones es extraño que la página web de un diario o de una emisora de televisión no utilice como uno de los reclamos principales de su página el acceso a los servicios de información documental del medio, típicamente, el acceso y la consulta de la información retrospectiva del medio a través de su base de datos documental.

El caso será cada vez más acusado y la próxima frontera, como hemos señalado, está en los medios audiovisuales. La potencia informativa de las emisoras de televisión se incrementará de manera exponencial a medida que estén en condiciones de ir digitalizando el grueso de su producción y de ponerlo en un banco de imágenes consultable a través de la WWW.

Como cada vez más medios pondrán sus bancos de imágenes y sus bases de datos de texto completo en la Web, la labor del documentalista de los medios se desplazará cada vez más hacia la Web.

En algunos medios, existirán centros de documentación virtuales que no necesitarán almacenar documentos analógicos, sino organizar la base de datos digital de su producción propia, gestionar colecciones de enlaces y contratos de acceso a determinados proveedores de información digital (p.e.: Agencia EFE, Dialog, Reuters, MyNewsOnline, NISearch, etc.) Cuestión que nos lleva al punto siguiente: la investigación en línea.

6. La investigación en línea

El ciberespacio es cada vez más un lugar de publicación y de distribución de todo tipo de informaciones de actualidad, culturales, científicas y técnicas, pero también de todo tipo de informaciones sin más. Precisamente por ello, por la necesidad de “separar el grano de la paja”, el ciberespacio ha dado lugar a un nuevo campo de actividad, muy ligado a la documentación periodística en general y al periodismo de investigación en particular: la investigación en línea; campo que nosotros sostenemos que tal vez podría constituir, por derecho propio, un nuevo campo de estudios.

En nuestra opinión, la investigación en línea estaría formada por estos cuatro componentes (Codina, 2000):

- 1.** La búsqueda y obtención de información en la WWW y en distribuidores y bases de datos especializadas (la “Internet invisible”) como las mencionadas. Este apartado incluiría también el estudio y la caracterización de los hábitos de búsqueda de información de diversas comunidades de usuarios de la www con el fin de mejorar las interfaces de usuario y los métodos de representación de la información.
- 2.** La evaluación, selección y descripción de recursos digitales. Una parte de los esfuerzos en este campo se centran, como es sabido, en los estudios sobre sistemas de meta datos y en la definición de conjuntos de meta datos aplicables a ámbitos concretos, por ejemplo, los recursos visuales o las informaciones de actualidad.
- 3.** Los procedimientos para conseguir ser visibles en el ciberespacio sería el tercero y muy característico componente de esta disciplina. Como saben bien los documentalistas, poner una publicación en

la WWW no significa que vaya a contar con uno solo de los cientos de millones potenciales de visitantes a menos que se tomen algunas medidas especiales que, típicamente, son bien conocidas por los profesionales de la documentación. Esto incluye el estudio de las mejores estrategias para representar los contenidos de una sede web o de cualquier clase de recurso digital, de cara a obtener las mejores puntuaciones posibles (ranking) en los motores de búsqueda.

4. Las características de la producción y la distribución de informaciones culturales y científicas a través de la WWW y qué clase de regularidades o patrones pueden derivarse de esa actividad. En este cuarto apartado tienen perfecta cabida la aplicación de las técnicas clásicas de la bibliometría y de la *cienciometría* (*scientometrics*) al ciberespacio.

Creemos que la investigación en línea es, al mismo tiempo, una actividad y un campo de estudio que mantiene intensas relaciones con la *Documentación en los medios*, hasta el punto que, en el futuro, partes de ambas disciplinas se solaparán de tal manera que será difícil decir dónde empieza una y dónde acaba otra.

En todo caso, lo que sabemos de cierto es que, en el futuro, el ciberespacio acapará la mayor parte de las publicaciones de todo tipo y su influencia no dejará de crecer tanto en los aspectos profesionales como en los aspectos académicos de la *Documentación en los medios*.

Esto último hará que sean cada vez más importantes los servicios de difusión selectiva de la información como The Informant, Individual o MyNewsOnline.

7. La documentación de la cultura

La *www* y su tendencia generalizada a la digitalización y la puesta en línea de la cultura está empujando a nuestra disciplina en otra dirección: a su confluencia con toda una serie de sub especialidades que hasta ahora coexistían de manera apartada.

En este sentido, creemos que se desdibujarán las fronteras entre la Documentación en los medios, diversas especialidades de la museística y diversas especialidades de la archivística. Emerge de aquí la figura de un profesional (y por tanto, una nueva zona de estudios) de la *documentación cultural*, así como siempre había existido la figura del profesional de la documentación científica y técnica.

No es que no hubiese profesionales de la documentación cultural, se trata de que esta especialidad se encontraba fragmentada entre la documentación periodística, la documentación audiovisual, la museística y la archivística.

La WWW, como decimos, está actuando como aglutinante y cada vez es más difícil concebir a un profesional de la Documentación en los medios que no sea un experto en documentación audiovisual o en determinados aspectos de la museística o de la archivística.

Si se trata de gestionar colecciones digitales, los nuevos profesionales de la documentación periodística no podrán ignorar las técnicas de preservación de documentos digitales, buena parte de las cuales provienen de la filosofía y de las técnicas archivísticas de preservación. Al mismo tiempo, disponer colecciones audiovisuales en la Web requerirá un cierto sentido de las exposiciones y de la presentación de colecciones patrimoniales, muy característico de la museística.

Además, quien aspire a tener una adecuada cultura digital para explotar de manera cómoda y eficiente la WWW, no podrá ignorar las fuentes de información propias de los todos estos ámbitos: la documentación periodística, la documentación audiovisual, la museística y la archivística.

En conjunto, nos atrevemos a predecir la aparición de una disciplina más general que la *Documentación en los medios*, y que englobará por tanto a ésta como uno de sus componentes: la *Documentación cultural*.

Conclusiones

1. La intensidad del uso de sistemas de información documental (internos o externos) en los medios mantiene una estrecha correlación con la calidad de la producción periodística, tanto en el mundo de la prensa escrita como en el mundo de los audiovisuales.
2. La información retrospectiva es uno de los componentes fundamentales para que los medios de comunicación puedan superar la noción estrecha y empobrecedora de la noticia como acontecimiento puntual. Sin esa superación, los medios difícilmente pueden cumplir con una de sus funciones principales: la vigilancia del entorno y la defensa de los intereses de los ciudadanos.
3. La tendencia a la digitalización y la puesta en línea de la cultura producirá cambios importantes en la Documentación en los medios, los más importantes de los cuales, probablemente, serán: importancia creciente de los sistemas de información documen-

tales en los procesos de producción de las empresas con distintas plataformas e importancia creciente de la Investigación en línea en el currículum profesional de los documentalistas.

4. Desaparecerá, progresivamente, la necesidad de los centros de documentación de prensa de mantener colecciones de documentos de producción ajena. En su lugar, aparecerán centros de documentación virtuales donde deberán gestionarse la base de datos con la producción propia, colecciones de recursos digitales y cuentas de acceso a distribuidores de información digital.

5. Se producirá una confluencia de distintas especialidades de la documentación periodística, la documentación audiovisual, la museística y la archivística que conducirá a la emergencia de un nuevo campo de estudios, la Documentación cultural y a un nuevo profesional especializado en la documentación al servicio de la producción cultural.

8.3 Investigación de campo

La investigación de campo se recomienda cuando tenemos la posibilidad de acudir a fuentes primarias y obtener los datos o la información directamente de la realidad. Este diseño brinda la oportunidad al investigador de acudir donde se presenta el fenómeno y obtener directamente la información en el campo de los hechos. Esta en principio es más confiable, sobre todo si se cuenta con las técnicas e instrumentos para obtener los datos que deseamos; aunque también se presentan limitaciones espaciales y temporales para la realización de estos diseños.

Pues en muchos casos demandan de recursos humanos y materiales costosos, además de la habilidad y capacidad técnica para obtener una información veraz (Muñoz, 2015:185).

Ortiz et al., (2008:17) considera que la investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controlada, con el fin de describir de qué modo o por qué causas se produce una situación o acontecimiento particular.

La investigación de campo también conocida como *in situ* ya que se realiza en el sitio donde se encuentra el objeto de estudio, permite el conocimiento más a fondo del investigador; puede manejar los datos con más seguridad y podrá ayudarse con diseños exploratorios, descriptivos y experimentales, creando una situación de control para conocer efectos al aplicar una solución a un problema.

Unidad 9

Grupos de discusión

Definiciones:

Grupo de discusión o grupo de enfoque, es una técnica cualitativa, que recurre a la entrevista realizada a todo un grupo de personas para recopilar información relevante sobre el problema de investigación.

Los grupos de discusión son una técnica de investigación grupal, es cualitativa, es decir su objetivo es entender problemas sociales concretos, es grupal, estudiará más de una persona y como herramienta básica diremos que se basa esencialmente en el diálogo y conversación entre personas.

Lo que se busca es que los componentes del grupo a estudiar, intercambien opiniones con el fin de conocer su punto de vista sobre un tema concreto para posteriormente sacar las conclusiones de la investigación (Peinado et al., 2010:5).

Un grupo de discusión es un grupo de trabajo al que ha sido invitado un número reducido de personas que cumplen con unas características específicas para conversar en torno a una temática, propuesta por el moderador.

El grupo de discusión es un grupo de trabajo que consiste en la producción de un discurso. Los integrantes del grupo están reunidos con el único objetivo de realizar la tarea de realizar un texto.

Esta tarea demanda cooperación, esfuerzo y rendimiento para alcanzar un fin específico consistente con los objetivos de la investigación (Alonso e Ibáñez mencionado por Izcara, 2014: 175)

9.1 El origen de los grupos de discusión

El origen de los grupos de discusión, así como su utilización podría retrotraerse a comienzos del segundo cuarto del siglo xx, cuando Bogardus (1926) utilizó esta técnica para estudiar la distancia social (Fray y Fontana mencionado por Izcara, 2014:175). Aunque es en el contexto de la Segunda Guerra Mundial cuando el grupo de discusión experimenta un mayor desarrollo.

Esta técnica fue utilizada por los psicólogos militares para determinar la efectividad de los programas designados para alzar la moral del ejército. El grupo de discusión tal como aparece en los años cuarenta, surge como

una técnica de investigación explícitamente diseñada para medir la reacción de un grupo de individuos ante una situación en particular (la lectura de un libro, un artículo o un panfleto, una película o un programa de radio) en la que todos los miembros han participado.

El grupo de discusión nace como medio de observación de la reacción de estímulo. Durante la siguiente década esta técnica fue abandonada por los científicos sociales, y su utilización quedó reducida a los estudios de *marketing*; donde su uso ha sido profuso (Berg, mencionado por Izcara, 2014:174). En los estudios de *marketing* esta técnica regularmente ha sido utilizada con un carácter exploratorio, como fuente preliminar de datos para la realización de estudios cuantitativos (Morgan mencionado por Izcara, 2014:174). En un intento de acercar las encuestas al mundo real.

Fue en los años ochenta cuando se produjo un resurgimiento de esta técnica en el ámbito de las ciencias sociales (Izcara, 2014: 174).

9.2 La técnica de los grupos

Los grupos de discusión constituyen una técnica de recogida de información cualitativa ampliamente utilizada y debatida en diferentes campos de la investigación social, incluida la investigación en comunicación.

Los términos *grupo de discusión* o *discusión de grupo* pueden encontrarse en la literatura científico-social englobando una serie de instrumentos y protocolos de recogidas de datos de orden muy diversos. En concreto, en el ámbito de la investigación comunicativa, la discusión de grupo se ha empleado como técnica de análisis de las audiencias como un procedimiento para la formación de periodistas e incluso como una herramienta de orientación de los públicos (Berganza, 2005: 265).

9.3 Tipología de los grupos de discusión

Hasta el momento nos hemos referido al grupo de discusión en términos genéricos de acuerdo con la acepción más amplia en ciencias sociales. En sentido estricto, sin embargo, la expresión designa varios procedimientos empíricos de carácter grupal.

Las denominaciones de *focus group* (grupos focalizados) y *group interview* (entrevista de grupos) a la hora de definir las peculiaridades de esta técnica cualitativa, mientras que en otros contextos, como el español, la expresión *grupo de discusión* difiere formalmente de las versiones septentrionales, además es frecuente encontrar en la literatura científica

menciones a otros tantos instrumentos de investigación, incluidos bajo el título global de grupos de discusión, cuya dinámica y objetivos varían considerablemente de la discusión de grupos convencional. Entre los más conocidos se encuentran:

- *Phillip66*. Técnica consistente en la división de un gran grupo de individuos en subgrupos proporcionales con el fin de averiguar los puntos de consensos o temas generales que le atañen mediante la participación colectiva y la actuación de los portavoces de cada uno de los subagrupaciones. No se busca la validez externa de los resultados, sino la utilidad práctica de las ideas manifestadas por las personas reunidas.
- Torbellino de ideas o *brainstorming*. Un grupo de personas pone en común todas sus ideas en busca de la(s) solución(es) a un problema.
- Grupos delfos o grupos delphi. Entrevistas sucesivas a un panel de expertos de una materia que tiene por objeto la predicción de las consecuencias de un determinado fenómeno o evento.

9.4 Características de los grupos de discusión

La conformación de los grupos de discusión atiende a varios elementos que son propios de la investigación cualitativa, sustentado en el hablar y la conversación entre personas.

Al conformar un grupo de discusión se debe tener presente los siguientes elementos los cuales coadyuvarían alcanzar los objetivos de dicho grupo.

• **Especificar el tema u objeto de estudio**

Como en el resto de técnicas, el paso inicial que ha de emprender el investigador tiene un carácter autorreflexivo: ¿Es posible resolver el problema de investigación que nos ocupa mediante los grupos de discusión? ¿Es este el instrumento empírico más adecuado a fin de develar las incógnitas que presenta el fenómeno?

• **Número de grupos a constituir y características**

Una vez asegurada la capacidad explicativa de la técnica de grupos, es necesario conocer los rasgos de la población sobre la que se centrará el estudio. Una de las condiciones fundamentales de los grupos de discusión

es que éstos sean homogéneos en su interior (que los individuos de cada grupo compartan algún rasgo general) y heterogéneas (opuestos, o al menos diferentes) respecto al resto de grupos formados (Templeton, mencionado por Berganza et al., 2005: 269).

Con ello se consigue aglutinar en cada grupo de discusión a segmentos representativos de la población analizada que son afines desde el punto de vista teórico y, sin embargo, diferentes (socio demográficamente por razón de su estatus, o profesión, etcétera) a otros colectivos representados en otras discusiones paralelas.

Ejemplificando los supuestos anteriores (homogeneidad intergrupar heterogeneidad intergrupar), podríamos constituir grupos de discusión para analizar los efectos de la cobertura informativa de la prensa de una reforma legislativa que afecta al mercado laboral.

• **Tamaño y composición de cada grupo**

Los grupos suelen reunir entre seis y doce participantes. Más allá de ese número, podrían existir problemas de comunicabilidad (por exceso o por defecto). En todo caso, el número final de intervinientes estimado por el investigador a partir de segmentos poblacionales que pretenda representar en cada grupo.

• **Muestreo, maneras de contactar con los sujetos y promover su participación**

La selección de los participantes en la discusión no responde a criterios estadísticos, sino estructurales. El investigador ha de tener presente que cada miembro elegido encarna una representación exhaustiva de la categoría seleccionada (amas de casa lectoras de prensa, estudiantes, etcétera) y, por tanto, su muestreo ha de ser muy meticuloso, so pena de desvirtuar la intencionalidad o fallar en el cumplimiento de alguna característica esencial.

En este sentido, una estrategia seguida por muchas empresas de estudios de mercado es realizar un premuestreo (telefónico, bola de nieve, etcétera) seguido de un registro de las direcciones y/o números telefónicos de las personas que se ajusten perfectamente a las peculiaridades sociodemográficas en las categorías y que, por supuesto, se acepten colaborar en el debate (Morgan mencionado por Berganza, 2005:271).

Por último, es sumamente importante fijar el lugar, fecha y hora donde se reunirá el grupo (Berganza, et al., 2005: 267-262).

• El papel e intervención del moderador

El desarrollo de la técnica del grupo de discusión ha venido marcado por dos tradiciones: *la española y la anglosajona*; la primera de orientación psicoanalítica y la última de fundamentación conductista-cognitiva. En la tradición española el papel del moderador se limita a escuchar el discurso elaborado por el grupo después de plantear el problema de discusión.

Como contraste, dentro de la corriente conductista-cognitiva anglosajona, el moderador busca respuestas a preguntas-estímulo y adopta una posición más directiva (Gil Flores, Frey y Fontana, mencionado por Izcara, 2005: 179). Señalan dos estilos diferentes de conducir el grupo de discusión: uno pasivo, no directivo; y otro activo, directivo.

En el primer caso la participación del moderador es mínima, porque, limita sus intervenciones al espacio preciso garante de la dinámica. En el segundo caso, la involucración del moderador en la dinámica discursiva es máxima, ya que ejerce un férreo control sobre la evolución de la interacción convencional.

Uno de los aspectos más críticos de la participación del moderador es su habilidad para escuchar (Krunger, mencionado por Izcara, 2005:181) éste debe reprimirse de hablar demasiado, así como de expresar sus puntos de vista, sus intervenciones deben aparecer...

Cuando el grupo se calle. Si se corta la dinámica discursiva, el moderador debe relanzarla. La forma más adecuada de relanzar el discurso es retomando opiniones ya expresadas en la discusión. Aunque muchas veces la solución más adecuada es esperar a que la incomodidad del silencio impulse a algún miembro del grupo a hablar (Gil y Flores, mencionado por Izcara, 2005:180).

Cuando el grupo se enmaraña. El tono de discusión debe ser sereno; de modo que las opiniones contrapuestas deben expresarse respetando el turno de palabra. Cuando dos o más individuos hablan al mismo tiempo, elevando su tono de voz para hacerse oír, se rompe la secuencia discursiva. Esto hace imposible descifrar las diferentes opiniones expuestas.

En estas circunstancias; el moderador debe cortar la discusión y recordar a los miembros del grupo que sólo pueden tener la palabra una persona a un tiempo.

Cuando la discusión se desborde de la temática planteada. Durante la aplicación de esta técnica no es extraño que en algunos momentos el discurso traspase los bordes acotados por los objetivos de la investigación.

Cuando el moderador detecte que algunos miembros del grupo comienzan a tocar una temática no relacionada con los objetivos perseguidos, debe relanzar la discusión hacia alguna de las temáticas ya tocadas, o hacia puntos todavía no abordados del objeto de análisis.

Cuando algún miembro permanece callado. Un grupo discusión no funciona adecuadamente, simplemente porque no se produzcan silencios y la temática tratada no se desborde de los objetivos planteados. Es necesario que todos los integrantes participen en igual proporción. El hecho de que la microsituación representada por el grupo reproduzca una microsituación más amplia, depende de la participación activa en la discusión.

Por lo tanto, cuando después de transcurrido un tiempo prudencial, permanecen callados, debe inducirlos a participar preguntándoles directamente su opinión sobre alguno de los aspectos planteados en la discusión.

Cuando algún integrante del grupo monopoliza la situación. Tan negativo como que algún miembro no participe, como el hecho que un miembro la monopolice la discusión, pues esto resta participación a los demás. La aparición de líderes que intervienen de modo constante, por considerar que están más cualificados que el resto para responder a los interrogantes planteados por el moderador, es un fenómeno que aparece con frecuencia durante la aplicación de esta técnica.

La duración del grupo de discusión. Un grupo de discusión debe prolongarse hasta llegar a una situación de consenso, que agote la temática contemplada por el investigador. El tiempo de duración de un grupo de discusión varía en función del desarrollo de la dinámica discursiva. Lo importante es que a lo largo de la interacción verbal se aborden en profundidad los principales bloques temáticos objetos de estudio, y que el grupo llegue a construir un discurso.

El grupo de discusión es un grupo de trabajo; se trabaja para producir un discurso, y nadie debe abandonar la mesa donde se fragua este discurso, hasta haber concluido la sesión de grupo (Izcara, 2005:179-183).

9.5 La investigación con grupos de discusión

El grupo de discusión es una técnica muy fértil. En contraposición a la investigación cuantitativa, que requiere de muestras extensas, con un número reducido de grupos de discusión es posible realizar una investigación.

Sin embargo, esto no significa que realizar una investigación mediante la técnica del grupo de discusión sea una labor simple. El investigador decide qué diseño muestral aplicará, quiénes, y cuántas personas formarán parte de cada grupo de discusión, y cuántos grupos de discusión realizará.

Pero el diseño muestral debe estar cimentado en una justificación rigurosa del por qué y cómo se construyó, que reconozca tanto los alcances como las limitaciones (Russi Alzaga, mencionado por Izcara, 2014:194).

9.6 Ventajas e Inconvenientes del grupo de discusión

Tabla 5. Ventajas e inconvenientes de los grupos de discusión

Ventajas	Inconvenientes
Producen un tipo que difícilmente podrían obtenerse por otros medios, ya que sitúan a los participantes en situaciones reales y naturales en las que es posible la espontaneidad y en la que, gracias al clima permisivo, surgen opiniones, sentimientos, deseos personales que en situaciones experimentales rígidamente estructurada no serían manifestadas	Los participantes pueden influirse y manifestarse entre sí (modificando o invirtiendo sus posiciones) por lo que se corre el riesgo de que determinen el curso que va a tomar la conversación
Las discusiones grupales poseen una alta validez subjetiva.	Nos encontramos ante un investigador con menos grado de control.
El formato de discusiones es de tipo no estructurada lo que facilita al moderador la exploración de asuntos que no han sido anticipado	Este reparto de control puede dar lugar a algunas deficiencias, como desviaciones en el discurso o la aparición de temas irrelevantes que requieren el esfuerzo del moderador para mantener la discusión centrada en el tema.
Técnica fácil de atender y resultados creíbles para los usuarios de información	El análisis de datos es más complejo. Se enfrenta a un análisis del discurso de grupos, es difícil y está abierto a interpretaciones a veces contrapuestas.
Costo de la discusión de grupo es relativamente bajo.	Poseer un amplio conocimiento del tema a discutir
Son ágiles en la producción de sus resultados, va enriqueciéndose y reorientándose conforme avanza el proceso investigador.	El moderador debe tener un dominio completo sobre el grupo
Desde el punto de vista metodológico se convierte en una fuente básica de datos de profundización en el análisis.	El tema debe generar interés para que los integrantes grupo se encuentren motivado motivados en participar.

Fuente: Peinado, et al., modificado por el autor de la antología

Referencias bibliográficas

- Albert, J. (2007). *La Investigación Educativa*. Editora Mc Graw Hill. México.
- Bunge, M. (2004). *La Investigación Científica*, Edición 4ta. Editora Limusa, México.
- Bruhn, J. K. (2014). *La Comunicación y los Medios*, Editora C.F.E. México.
- Berganza, M. y Ruiz, J. (2005). *Investigar en Comunicación*. Edición 1ra. Editora Mc Grill/Interamericana. España.
- Castañeda, J. (2011). *Metodología de la Investigación*. Edición 2da, Editora, Mc Graw Hill, México.
- Cook, T.D. y Reichardt Ch. F. (2009). *Métodos Cualitativos y Cuantitativos en Investigación Evaluativa*. 4ta. Edición, Editora Morata. España.
- De Anda, F. y Ramos, M. (2003). *La Radio, el Despertar del Gigante*. Edición 22da, Editorial, Trillas. México.
- De Ketele. J. M, y Rogers X. (2000). *Metodología para la Recogida de la Información*. Edición 2da. Editora la Muralla. España.
- Eyssautier. M. (2006). *Metodología de la Investigación*. Edición 5ta. Editora, Thompson, México.
- Guardián, A. (2007). *El paradigma en la investigación socioeducativa*. Editora. Print Center. Costa Rica. Costa Rica.
- Hernández. L. (2003). *Técnicas Actuales de Investigación Documental*. Edición 8va. Editorial Trillas. México.
- Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista P. (2010). *Metodología de la investigación*. 5ta. Edición, Editora Mc.Graw Hill. México.
- Hueso. G. y Cascant. M. (2012). *Cuadernos Docentes Proceso de Desarrollo*. Editora Universitat Politècnica de Valencia. España.
- Igartúa. J.J. (2006). *Métodos Cuantitativos de Investigación en Comunicación*. Editora Bosh. España.
- Izcarra. S.P. (2014). *Manual de Investigación Cualitativa*. Editorial Fontamar. México.
- Kelinger. F. (2002). *Investigación del Comportamiento*. Edición 4ta, Editora Mc Graw Hill. México.
- McMillan, J. y Schumacher, S. (2005). *Investigación Educativa* 5ta. Edición, Editorial Pearson Addison Wesley. España.
- Munch. L. Á. (2014). *Métodos y Técnicas de Investigación* Edición 4ta, Editorial, Trillas, México.
- Muñoz. C. (2015). *Metodología de la investigación*. Editora Oxford. México.

- Norman, K. y Lincoln, I. (2011). *El campo de la investigación cualitativa*. Volumen 1, Editora Gedisa. México.
- Olea, F. (1993). *Manual de Técnicas de Investigación Documental*. Edición 22. Editora Esfinge. México.
- Ortiz, M. y Zamora, M. (2008) *Taller de Investigación* Instituto Tecnológico de Durango. México.
- Pérez, G. (2008). *Investigación Cualitativa Retos e Interrogantes*.5ta. Edición. Editorial La Muralla. España.
- Reza, F. (1997). *Ciencia, Metodología e Investigación*. Editora Pearson Prentice Hall, México.
- Tamayo, M. ((2006). *El proceso de la Investigación Científica*. Edición 4ta. Editora Limusa, México.
- _____ (2000). *El Proceso de la Investigación Científica*. Edición 3ra. Editorial Limusa. México.
- Vasilachis, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Editorial Gedisa. Es.

Referencias electrónicas

- Anguera, T. y Arguilaga, M. (1986). *La investigación cualitativa*. Recuperado el 6 de junio 2014, de: <http://www.diaposit.ub.edu>.
- Codina Luis. *La Documentación en los Medios de Comunicación: situación actual y perspectiva futura*. Recuperado el día 5 de enero del 2017 de: <http://www.pendientemigratoria.ucm.es>
- Peinado, Y; Martín, L.; Corredera Genovés; Moñino, N; Prieto.L. Titulo Grupos de discusión (2010). Recuperado el 15 de octubre de 2016: de <https://www.uam.es>
- Ruiz, C. (2000). *Historia de los Enfoques Cuantitativos, Cualitativos y Mixto; Raíces y Momentos Decisivos*. Recuperado el día 5 de junio 2014; de: <http://www.Carlos Ruiz Bolívar>.

Anexos

Tabla 6. Principales modelos y perspectivas teóricas en la investigación sobre procesos y efectos mediáticos.

Teoría	Publicación de referencias
Teoría de la espiral del silencio	Neolle-Neumann, E. (1995), La espiral del silencio. Opinión pública. <i>Nuestra piel social</i> , Barcelona, Paidós.
Agenda Setting	McCombs, M. E., y Shaw, D.L. (1972). <The agenda-setting fuction of mass media>, Public Opinion Quarterley, 36, pp. 176-187.
Teoría del Framing	Entman, R. (1993), <Framing, toward a clarification of a fractured paradigm> Journald of comunicacation,26, pp, 173-199.
Teoría del Cultivo	Gerben, G., y Gross, L. (1976), <Living with televisión: the violence profile>, <i>Journal of communication</i> , 26, pp. 51-58.
Teoría Socio-Cognitiva	Bandura, a. (1996) <Teoría social cognitiva de la comunicación de masas> en Bryant, J., y Zillman, D. (comps.), <i>Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías</i> , Barcelona, Paidós, pp. 88-126.
Modelo de Capacidad Limitada de Procesamiento de Mensajes Mediáticos	Lang, A. (2000), <The Limited Capacity Model of mediated message processing> <i>Journal of Communication</i> , 50 (1), pp. 46-70
Modelo de la Probabilidad de Elaboración.	Petty, R.E., y Cacioppo, J.T. (1869a), <i>Communication and persuasión. Central and peripherical routes to attitude change</i> . Nueva York, Springer-Verlag.

Teoría	Publicación de referencias
Teoría de la Ejemplificación	Zillmann, D., y Brosius, H.B. (2000). <i>Exemplification in communication. The influence of case reports on the perception of issues</i> , Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
Teoría del Transporte Narrativo	Green, M.C., y Bock, T.C. (2000), <In the mind's eye. Transportation imagery model of narrative persuasion> en Green, M.C., Strange, J.J., y Brock, T.C. (eds), <i>Narrative impact. Social and cognitive foundations</i> , Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, pp. 515-341.
Modelo de Procesamiento Heurístico del Efecto de Cultivo	Shrum, L. J. (2004), <The cognitive processes underlying cultivation effects are a function of whether the judgments are on-line or memory-based> <i>Communications. The European Journal of Communication Research</i> , 29 (3), pp. 327-340.
Teoría del Manejo Emocional	Zillman, D., (1988), <Mood management through communication choices>, <i>American Behavioral Scientist</i> , 31(3), pp. 327-344.
Teoría de la Empatía	Zillman, D. (1991b), <Empathy: affect from bearing witness to the emotions of others>, en Bryant, J., y Zillman, D. (eds), <i>responding to the screen. Reception and reaction processes</i> , Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, pp. 135-167.
Teoría Disposicional	Raney, A. A. (2003), <Disposition-based theories of enjoyment>, en Bryant, J., Rokos-Ewoldsen, D., y Cantor, J. (eds), <i>Communication and emotion. Essays in honor of Dolf Zillmann</i> , Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, pp. 61-84.
Teoría de la Transferencia de la Excitación	Zillman, D., (1991). <The logic of suspense and mystery>, en Bryant, J., y Zillman, D. (eds), <i>Responding to the screen. Reception and reaction processes</i> , Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, pp.281-303.

Fuente: Igartúa (2006)

Tabla 7. Principales asociaciones científicas en comunicación

Nombre	Año Fundación	Ámbito	Página en internet
Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC).	1912	Mundial	http://www.aejmc.org/
National Communication Association (NCA)	1915	Estados Unidos	http://www.nactom.org/nca/Template2.asp
The international Communication Association (ICA)	1950	Mundial	http://www.icahdq.org
Broadcast Education Association (BEA)	1955	Estados Unidos	http://www.beaweb.org/
International Association for Media and Communication Research (IANCR). Asociación interacional de Estudios en comunicación social (AIECS)	1957	Mundial	http://www.iamcr.net/
Asian Media Information and Communication Centre. (AMIC)	1971	Asia	http://www.amic.org.sg/
Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC)	1976	México	http://www.coneicc.org.mx/
Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (INTER COM)	1977	Brasil	http://www.intercom.orf.br/index.shtml

Fuente: Igartúa 206:46

Antología investigación para la comunicación de Marcial Ranulfo Buttén de León y María Elena Salazar Peña, publicado por la Universidad Autónoma de Tamaulipas y Colofón, se terminó de imprimir en agosto de 2019 en los talleres de Ultradigital Press S.A. de C.V. Centeno 195, Col. Valle del Sur, C.P. 09819, Ciudad de México. El tiraje consta de 400 ejemplares impresos de forma digital en papel Cultural de 75 gramos. El cuidado estuvo a cargo del Consejo de Publicaciones UAT.

