



Comunicar 18

Temas
 monográficos

Descubrir los medios

Panorama actual de la investigación en comunicación

Presentación

La investigación científica en el campo de la comunicación

Tatiana Merlo Flores es presidenta del Instituto de Investigación en Medios de Argentina y coordinadora del Monográfico



El signo vital de las relaciones interpersonales se manifiesta en la comunicación, es el lugar donde uno se hace y hace con el otro, lo que significa el ser humano está esencialmente ligado al entorno comunicacional.

El conocimiento, la información y cómo se crea, cuáles son sus fuentes, cómo se transmite, difunde, selecciona...; es decir, las formas en que se comunica y también la diversidad en su recepción y uso, son factores determinantes para entender al hombre de todas las épocas, pero, en especial, al hombre de hoy.

En 1992 prácticamente no se hablaba de Internet, web o e-mail, hoy casi no podemos concebir la vida sin estos canales o soportes de la comunicación.

Bill Gates tiene más de 60 billones de dólares y no ha sido por tener la mejor fábrica de automóviles o bancos, sino por haber creado una empresa para dominar las formas en que la información puede ser procesada.

La comunicación, como área científica de estudio, tiene pocos años; a esta juventud se le suma la aceleración creciente de las tecnologías que permiten un acceso a la información y a formas diversas de comunicación que están cambiando las relaciones de poder en el mundo y las relaciones interpersonales que definen al hombre como tal. Lo que produce la necesidad imperiosa de conocer para poder actuar.

Un campo, una ciencia, se reconoce básicamente por sus investigaciones; en esta era de la información –como se le suele llamar– las investigaciones en comunicación deben tener, más que nunca, una rigurosidad científica que nos permita poner luz en un fenómeno social que se manifiesta como medular para explicar una época, la nuestra.

Salir de nosotros mismos, para poder mirarnos, preguntarnos y buscar formas de analizar la realidad en la que estamos inmersos no es tarea fácil, pero es lo que nos compete a quienes apostamos por una educación en la que el cuestionamiento de la realidad sea una constante.

Investigar significa realizar esfuerzos sistemáticos por responder a las preguntas apropiadas para un campo específico de conocimiento. Así una buena investigación comienza por realizar buenas preguntas. Cuando las preguntas son triviales, superficiales, los resultados de la investigación suelen ser pobres, aunque se utilice una metodología sofisticada. Las preguntas bien formuladas también nos indican cuál es la metodología apropiada para responder a ellas. Es así como un proyecto se diseña, de manera tal que permita responder lo más exhaustivamente posible a la pregunta formulada. Cualquiera sea el método de investigación empleado, el objetivo final siempre será conocer para mejorar la condición humana.

La globalización creciente, y la concentración progresiva de los medios masivos de comunicación en

Presentación

pocas manos, hace imprescindible el realizar investigación en esta área para lograr un espíritu crítico; de lo contrario se corre el grave riesgo de actuar desde las suposiciones infundadas, desvirtuando y acotando los resultados. Las experiencias deben estar acompañadas sistemáticamente de una rigurosidad científica que permita ir formulando modelos plausibles de ser transferidos y evaluados.

Las primeras investigaciones en comunicación fueron básicamente cuantitativas, hoy se han tomado prestadas herramientas de otras disciplinas y se están creando propias para poder profundizar en el análisis de la comunicación: la etnografía, el análisis del discurso, los estudios de casos, el análisis conversacional, los modelos heurísticos, el análisis retórico, el análisis histórico documental... y muchos otros se han ido sumando para enriquecer la investigación en comunicación y responder así a preguntas cada vez más complejas.

La vieja polémica entre investigación cuantitativa y cualitativa va gradualmente desapareciendo y en su lugar el intento por integrar paradigmas se hace cada vez más patente. Carol Pardum hace un análisis de las investigaciones cualitativas de los últimos 20 años de la revista científica *Journal of Broadcasting & Electronic Media* y encuentra que los que han publicado investigaciones cualitativas, también han hecho trabajos cuantitativos. Lo que resulta evidente es que la rigurosidad es fundamental en ambos tipos de estudios, la recolección de la información, su explicación, el marco teórico e incluso la redacción deben responder a lo que significa un trabajo de investigación académica.

El espacio que *Comunicar* nos ofrece, en este número dieciocho de su revista, para reunir diferentes aproximaciones a la investigación en comunicación desde la diversidad cultural, es una oportunidad para vislumbrar la amplitud que este tema requiere.

Una primera aproximación al tema de este monográfico nos conduce a la reflexión sobre la metodología en las investigaciones actuales acerca de la apropiación y uso cotidiano de las tecnologías de la información y la comunicación. Letizia Caronia y André H. Caron exponen sus argumentaciones en torno a la necesidad de unir perspectivas teóricas, hipótesis y herramientas metodológicas con el propósito de descubrir la construcción subjetiva del significado que se confiere a las tecnologías y a sus usos, en un trabajo de investigación etnográfica de gran rigurosidad.

Por su parte, Cecilia Von Feilitzen plantea la necesidad de dar una mayor importancia a la producción de los estudiantes, en consonancia con las teorías de Freire y Dewey, en las propuestas metodológicas para el análisis de las relaciones entre la educación y los medios, por lo que esa línea de trabajo —presume esta autora— que beneficiaría la investigación en comunicación.



Presentación

Otro aspecto que nos parece de sobrado interés para este número de *Comunicar* es la aportación de Geneviève Jacquinot acerca de la influencia en las audiencias de la violencia de las imágenes de los medios. Su recorrido por las diferentes investigaciones sobre los impactos de los medios nos permite concluir que la sociedad es responsable de educar receptores más críticos y activos ante los medios. En torno a ésta y a otras influencias de los medios y tecnologías también podemos considerar un estudio que se ha realizado para comprobar cómo los niños incorporan una visión del mundo y se socializan a partir de lo que ven en la televisión, a partir del análisis de sus emociones y sentimientos, o el trabajo de León Maturana que nos describe las relaciones entre los niños y los jóvenes con las historias audiovisuales de la televisión, especialmente las que tienen que ver con la violencia y los cambios producidos al intervenir en ellas. La contribución de Ferrán Casas nos permite, en un artículo en colaboración, comprobar los resultados de una investigación sobre los usos y evaluaciones que hacen los chicos y chicas de diversos medios audiovisuales y las consiguientes percepciones de sus progenitores.

En una línea más general, Alejandro Jaramillo ofrece una serie de reflexiones para abordar la investigación en medios, centrándose en el sujeto y en los procesos de cambio social, en la medida en que los medios se entienden como influyentes instituciones socializadoras.

Las relaciones entre los docentes y los medios no han estado siempre muy en sintonía. Tania M. Esperon nos sitúa en este ámbito de análisis utilizando la estrategia metodológica de la investigación-acción para la presentación, conocimiento y reconstrucción de procesos y relaciones en los que la comunicación se enfoca como contenido para los profesores.

Centrado en la perspectiva del factor humano se incluye un trabajo que evalúa las formas de relación que se producen entre las audiencias y los medios, lo que Carlos Araos, autor de la reflexión, llama crisis de sentido existencial.

Por último se nos plantea un enfoque metodológico muy atractivo para investigar, sobre todo en las aulas, desde el ámbito de la educación en medios, la utilización del cine como ventana al mundo desconocido o lejano. Enrique Martínez nos muestra la posibilidad de utilizar este medio como instrumento de trabajo o como sustento conceptual, ideológico y cultural, abordándose una estrategia metodológica de investigación que va desde la percepción global, al análisis, la síntesis y, finalmente, la creación de algo distinto, la síntesis creativa.

Pensamos que este número puede enriquecernos con las diferentes aproximaciones a una temática que nos preocupa y nos ocupa, con miradas muy distintas y paradigmas y metodologías que nos abren nuevos horizontes en el campo de la investigación y de la comunicación.