



Humanidades digitales, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red

Cátedra UNESCO de comunicación



IV. EPISTEMOLOGÍA, METODOLOGÍAS Y TEORÍAS

Estado del arte de la investigación formativa en el programa de Comunicación Social a partir de los trabajos de grado de sus estudiantes de 2008-2013

Luxelvira Gamboa García

Estudiante de Doctorado en Sociología de la Universidad Nacional San Martín, Argentina.
Integrante del grupo de investigación Comunicación, Educación y Cultura. Docente e
investigadora del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.
lgamboag@unicartagena.edu.co

Luis Ángel Puello Orozco

Estudiante de octavo semestre de Comunicación Social, con énfasis en Comunicación, Educación y Desarrollo, de
la Universidad de Cartagena. Integrante del semillero de investigación Comunicación, Educación y Cultura.
luispuello@gmail.com

Resumen

La presente ponencia da cuenta de los resultados de un proyecto de investigación realizado desde el grupo de investigación Comunicación, Educación y Cultura de la Universidad de Cartagena. En este se

sistematizaron un total de 111 trabajos de grado, los cuales fueron analizados a la luz de una matriz construida para este fin. Los resultados arrojados fueron divididos en seis categorías: 1. datos: nombre del autor, énfasis, tutor, año-semester, título; 2. campos: lugar geográfico, ámbito; 3. temática: objeto, objetivo general; 4. teórico: categorías conceptuales o temáticas, capítulos del marco teórico, autores; 5. metodológico: metodología, técnicas, coherencia; 6. producto comunicacional: existencia, tipo de producto. Los resultados de este informe entraron a alimentar el proceso de autoevaluación con fines de acreditación de alta calidad y sirvieron de insumo para promover la reforma al reglamento de trabajos de grado que se discute en la actualidad.

Palabras clave: *investigación formativa, sistematización, trabajos de grado, comunicación.*

Introducción

En febrero de 2014 el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena cumplió 10 años de existencia. Crecer y mejorar es un reto que hace necesario y pertinente continuar apoyando los procesos que el Programa ha venido siguiendo e implementado con respecto a la revisión y evaluación de las acciones y estrategias propuestas en el Proyecto Educativo del Programa, (PEP) y en su correspondiente Plan de Estudios. Por lo anterior, es pertinente revisar de manera sistematizada los procesos que apoyan y sustentan las labores de formación investigativa propuestas en sus lineamientos curriculares. Para contribuir a lo anterior se propone que el objetivo principal de este proyecto sea la construcción del estado del arte de la investigación formativa en el Programa desde los Trabajos de Grado llevados a cabo por sus estudiantes durante el periodo comprendido entre el segundo semestre académico del año 2008 al segundo semestre académico del año 2013.

En el PEP están establecidos los criterios, estrategias y actividades de formación que el PCS está comprometido a desarrollar e implementar para contribuir a la formación de comunicadores y comunicadoras capaces de proponer y mejorar desde la comunicación procesos, estrategias y alternativas que contribuyan a generar un alto impacto social en Cartagena de Indias y en la región Caribe, teniendo siempre en cuenta las dinámicas políticas y sociales en lo nacional y en lo global. Dentro del proceso anterior el Trabajo de Grado está ubicado como uno de los requisitos finales para obtener el título profesional en Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

Siguiendo los criterios y políticas para la formación profesional en comunicación tanto del Ministerio Nacional de Educación como de la U. de C. el Programa de Comunicación Social estableció el Reglamento Interno de Trabajo de Grado. Este documento define y explica los lineamientos y requisitos del proceso y así lo define: “El Trabajo de Grado se entiende como un proceso curricular y pedagógico, cuyo propósito es consolidar la formación del estudiante, en virtud de una experiencia de investigación académica, que conlleve a la aplicación de conocimientos en el campo periodístico y comunicacional cuyos resultados den cuenta de la idoneidad profesional de los futuros egresados”, (PCS, 2012).

Entonces, se propone un estado del arte para sistematizar, recoger y analizar la producción de conocimiento generada a partir del planteamiento y desarrollo de los procesos investigativos centrados en el trabajo de grado en cuanto a la formación investigativa de sus estudiantes se refiere, además de ver y analizar cómo las temáticas, categorías y perspectivas teóricas y metodologías propuestas en ellos se articulan a las líneas de trabajo y estudio de los grupos de investigación del PCS y de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación. Todo lo anterior con miras a fortalecer los procesos existentes, además de

promover la construcción de nuevas propuestas y estrategias encaminadas al fortalecimiento de la cultura investigativa en el Programa, la Facultad y la Universidad de Cartagena.

La investigación formativa en el programa de comunicación social

El PEP explica puntualmente cómo y por qué el Plan de Estudios está estructurado en tres grandes ciclos académicos de formación: 1) Ciclo de formación básico y 2) Ciclo de formación profesional y 3) Énfasis Profesional. Propone la investigación desde un lugar privilegiado, donde está pensada y construida como eje transversal del currículo y es elemento articulador de los tres ciclos en el proceso de formación. El estudiante tiene la posibilidad de construir y articular sus propuestas a partir de los núcleos problémicos. Los núcleos problémicos son cuatro y se refieren a los temas dominantes de las Áreas de Formación, así: 1) Fundamentación teórica en comunicación y cultura, 2) Investigación en sociedad, cultura y comunicación, 3) Periodismo y medios y 4) Pensamiento estratégico, gestión y desarrollo. Lo anterior, garantiza que los perfiles de formación propuestos se cumplan al lograr un profesional capaz de proponer su ejercicio profesional desde la óptica del investigador manteniendo una actitud abierta, crítica y flexible.

Así, todas las dinámicas del PCS están encaminadas al desarrollo de la formación investigativa de los estudiantes y a la interrelación y fortalecimiento de los campos –énfasis- profesionales que ofrece el Programa en los dos últimos años de formación: 1.) Periodismo y cultura y 2.) Comunicación, Cultura y Desarrollo. Es en este momento final –en el proceso formativo- donde se propone la construcción y desarrollo de los trabajos de grado como estrategia para recoger las reflexiones y debates resultantes de la formación conceptual e investigativa que desarrollan los estudiantes a lo largo de su carrera. En éste proceso se espera que los estudiantes logren establecer una relación temática interdisciplinar entre sus trabajos de grado y su contexto local y regional.

Metodología

Un estado del arte “es una investigación documental a partir de la cual se recupera y trasciende reflexivamente el conocimiento acumulado sobre determinado objeto de estudio. Es una investigación sobre la producción –investigativa, teórica o metodológica- existente acerca de determinado tema para develar desde ella, la dinámica y lógica presentes en la descripción, explicación o interpretación que del fenómeno en cuestión hacen los teóricos o investigadores” (Vélez y Galeano, 2000, p. 1).

Para fines de esta investigación se construyó una matriz de análisis para analizar los trabajos de grado desde 7 categorías. 1) Datos: Nombre del autor, énfasis, tutor, año - semestre, título. 2) Campos: lugar geográfico, ámbito. 3) Temática: Objeto, objetivo general. 4) Teórico: Categorías conceptuales o temáticas, capítulos del marco teórico, autores. 5) Metodológico: metodología, técnicas, coherencia. 6) Producto comunicacional: existencia, tipo de producto. 7) comentarios.

El total de trabajos de grado analizados fue de 111, número que fue complementado con la base de datos del programa. Los resultados obtenidos fueron los siguientes.

Resultados

Datos

La primera columna de nuestra matriz nos permite extraer los datos de caracterización, los cuales, junto con las bases de datos manejadas por el programa de comunicación social, nos darán los siguientes resultados divididos en número de proyectos por año, número de estudiantes por proyecto, número de proyectos por tutor, y número de proyectos por énfasis.

Número de proyectos por año

Los proyectos de grado son entregados en dos fechas cada año, una por semestre académico. Así, teniendo en cuenta que en el 2008 se dio la primera entrega solo en el segundo semestre de este y que en el 2011 solo aparecen los registros correspondientes al segundo semestre, tendremos un total de 129 proyectos entregados, con un promedio, para los 5 años de 25,8 proyectos por año o para los 10 semestres, 12,9 proyectos por semestre.

Encontramos, por sobre la media los 35 proyectos entregados en 2013, correspondientes al 27,14% del total de la muestra y por debajo a los 7 proyectos entregados en la primera entrega, equivalentes a un 5,42%.

Número de estudiantes por proyecto

Encontramos que los proyectos son realizados de forma individual o en grupos de hasta 4 estudiantes con un promedio de 2,36 estudiantes por proyecto. De esta forma, observamos que la mayor parte de estos son presentados en grupos de 3 y 4 estudiantes, representando estos el 35,66% y el 32,55% respectivamente. En una menor medida encontramos trabajos individuales con el 20,94% y grupos de 4 estudiantes con el 10,85%.

Número de proyectos por tutor

Miraremos aquí dos cosas. La primera el número de proyectos según la relación docentes de planta, docentes de cátedra. La segunda, propiamente, el número de proyectos por cada tutor. Es necesario tener en cuenta que en 5 de los proyectos no fue posible identificar al tutor.

Primeramente encontramos que los docentes de planta aparecen con un 79,07% de los proyectos tutorados, con un promedio por docente de 14,57 proyectos. Por otra parte los docentes de cátedra aparecen como tutores en el 17,05% con un promedio por docente de 2,75 proyectos.

En este punto se debe resaltar el hecho de que los mayores porcentajes de tutoría están dados por los profesores de tiempo completo Zayda Ardila y Winston Morales con 24,80% y 12,41% respectivamente. Siguen en orden descendente Ricardo Chica, Bertha Arnedo, Milton Cabrera y Luxelvira Gamboa con 10,86%, 10,08%, 9,30% y 8,53% respectivamente muy por debajo del promedio de los profesores de planta David Lara con 3,11%.

Es destacable también la presencia de profesores de cátedra como Jorge Matson con 5,42% y Álvaro Delgado con 3,88%. En 5 proyectos no fue posible identificar el tutor.

Número de proyectos por énfasis

Atendiendo a los dos énfasis que oferta el programa de comunicación social a partir de séptimo semestre, realizamos esta distinción. Desarrollo cuando todos los estudiantes hacen parte del énfasis de “Comunicación, educación y desarrollo”, Periodismo cuando todos hacen parte del énfasis de “Periodismo y cultura” y mixto cuando encontramos estudiantes de ambos énfasis.

Para esto fue necesario cruzar los nombres de los integrantes de cada proyecto con las listas del curso “proyecto final” correspondiente a décimo semestre, lo cual, en 27 proyectos fue imposible debido, entre otras cosas a que el proyecto se entregaba en el semestre siguiente, dificultando este proceso. Así las cosas, tenemos un total de 111 proyectos ingresados en nuestra matriz de análisis.

Encontramos, entonces, que el 39,64% de los proyectos fueron realizados por estudiantes o grupos del énfasis de desarrollo, 27,93% por estudiantes del énfasis de periodismo y el 8,11% por estudiantes de énfasis mixto. En el 24,32% de los proyectos fue imposible determinar el énfasis.

Campos

La segunda columna de nuestra matriz, contempló como descriptores, por un lado, el lugar geográfico donde se realizaba el proyecto, ya fuera urbano, rural o insular; y, por otro, el ámbito, ya fuera empresarial, comunitario o institucional.

Lugar geográfico

En este punto encontramos que el 90,99% de los proyectos se llevaron a cabo en el ámbito urbano y el 7,21% en el ámbito rural. Es notable la ausencia, para este periodo de proyectos en la zona insular de Cartagena. En 2 proyectos no fue posible establecer el lugar geográfico.

Ámbito

Es notable en este punto, que el 45,94% de los proyectos fueron realizados en el ámbito comunitario, seguido de cerca por el ámbito institucional registrado en 33,33%. El ámbito empresarial presenta el 17,12%. En 4 proyectos fue imposible identificar el ámbito.

Temática

La tercera columna, relacionada con la temática, se buscó establecer el objeto de estudio, intervención o creación. Estos quedaron divididos, luego del análisis, en 10 categorías.

Se intentó también, sin éxito, debido a su excesiva variedad, sistematizar los objetivos generales de cada uno de los proyectos.

Objeto

Con un promedio por categoría de 11,1 proyectos equivalentes al 10%, es importante resaltar, por estar por encima de este los proyectos que tienen por objeto “Medios de comunicación, periodismo o nuevas tecnologías”, los cuales representan el 30,63%. Además se debe resaltar “Comunicación, organizaciones empresariales” y “prácticas, identidades culturales” con 23,42% y 13,51% respectivamente.

Por otra parte, muy por debajo del promedio encontramos “Género”, “Organizaciones sociales” e “infancia y adolescencia” con el 2,71% cada uno.

Teórico

La columna titulada como teórico buscaba, primero analizar las categorías conceptuales más utilizadas y autores más citados, lo cual, debido a la gran diversidad de estos resultado imposible.

En este sentido, se realizó una sistematización teniendo en cuenta los capítulos o subcapítulos del marco teórico así como el número de estos que aparecían.

Aparición de capítulos del desarrollo teórico

En este punto encontramos 5 capítulos o subcapítulos que aparecen en el siguiente orden de frecuencia. Marco teórico en el 97,29% siendo este el que tiene el mayor porcentaje de aparición. Le siguen el marco conceptual, el estado del arte y los antecedentes con 65,76%, 57,65% y 55,85% respectivamente. Al final aparece el marco legal con 39,63%, siendo este el menos utilizado.

Número de capítulos en el desarrollo teórico

Encontramos en este punto que el número de capítulos o subcapítulos del marco teórico varía entre 1 y 5, con un promedio de 3,15 capítulos o subcapítulos por proyecto.

Encontramos que aquí que el 33,33% de los proyectos cuentan con 3 capítulos o subcapítulos en su componente teórico. De cerca a esto aparecen proyectos con 4 y 2 capítulos o subcapítulos con 23,42% y 20,73% respectivamente. Y por debajo de esto proyectos con 5 o 1 capítulo con 14,42% y 8,10% respectivamente.

Metodológico

Esta columna tomó la información de los capítulos o subcapítulos enunciados como metodología, marco metodológico, etc. Se mira en este la metodología y las técnicas de recolección de datos utilizados.

Metodología

En este primer punto, se tomó en cuenta la metodología que aparecía enunciada en el capítulo o subcapítulo dedicado a este.

La mayor cantidad de proyectos fueron fundamentados en una metodología Cualitativa con el 62,16% del total, seguido por proyectos de corte mixto con el 21,62%. Muy por debajo de estos aparecen proyectos que utilizaron IAP, metodología cuantitativa, paradigma crítico e investigación aplicada con 7,21%, 3,60%, 1,81% y 0,90% respectivamente. Adicional a esto en 3 proyectos fue imposible determinar el enfoque metodológico de los mismos.

Técnicas

En este punto se miraron las técnicas de recolección de información enunciadas en el capítulo o subcapítulo dedicados a esto.

Las técnicas que aparecieron con mayor frecuencia fueron la entrevista, la encuesta o cuestionario y la observación con 69,36%, 51,35%, y 36,93% respectivamente.

Seguidamente aparecen el análisis de contenido, la revisión documental y el grupo focal con 23,42%, 22,52% y 11,71%. Finalmente, con una menor frecuencia aparecen el taller o mesa de trabajo y las técnicas interactivas con 5,40% cada uno y el sondeo y el análisis de caso con 4,50% y 3,60% respectivamente.

Producto comunicativo

Teniendo en cuenta la naturaleza de los proyectos de grado en comunicación social, en esta columna miramos la enunciación en los objetivos del proyecto y la existencia de productos comunicativos.

Existencia de producto comunicativa

En esta primera parte se miró la enunciación de productos comunicativos en los objetivos del proyecto así como su existencia en físico o digital.

En este punto encontramos que en el 16,22% de los proyectos aparecía el producto comunicativo enunciado en los objetivos pero no existía en físico o en digital. En el 43,24% el producto aparecía enunciado y en físico o digital y, en el 40,54% no se había realizado producto comunicativo.

Tipo de producto comunicativo

Una vez realizada la selección de trabajos que presentaban producto comunicativo, un total de 48, lo siguiente fue realizar la siguiente clasificación.

Encontramos que en el 39,59% de los casos se realizaron planes o estrategias de comunicación, convirtiéndose este en el producto más frecuentemente realizado. Le siguen a este las propuestas o guiones de programas radiales o televisivos, las revistas o cartillas y las piezas periodísticas con 18,76%, 14,58% y 12,50% respectivamente y, en una menor medida aparecen los productos audiovisuales o radiofónicos y las páginas web con 8,31% y 6,26% respectivamente.

Reflexión final

Los trabajos de grado en Comunicación Social desbordan lo que típicamente se entiende por investigación. Desde el abordaje temático que va desde lo organizacional a lo social pasando por lo mediático y lo cultural, hasta el tratamiento que se le da a los productos finales, que pasa por audiovisuales, páginas web y planes de comunicación.

Las distintas modalidades no pueden ser entendidas ni evaluadas de la misma forma, por lo que desde el programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena se comenzó el debate para reformar el Reglamento de Trabajos de Grado para dar cuenta en este de las especificidades propias de estudiantes que realizan productos comunicativos, planes estratégicos de comunicación, diseño y montaje de empresas comunicativas, monografías de investigación y otras metodologías que puedan aparecer.

El campo de estudio de la comunicación evoluciona constantemente y por tanto, los procesos en investigación formativa deben flexibilizarse para dar cabida a la pluralidad de expresiones que aparecen entre los comunicadores sociales.

Referencias

- Programa de Comunicación Social (PCS). (2010). *Proyecto Educativo del Programa (PEP)*. Cartagena: Oficina del Programa.
- Programa de Comunicación Social (PCS). (2012). *Reglamento Interno de Trabajo de Grado*. Cartagena: Oficina del Programa.
- Vélez, O. L. y Galeano, M. E. (2000). *Investigación cualitativa. Estado del arte*. Medellín: Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Centro de Investigaciones Sociales y Humanas.