

# La investigación en comunicación en el pregrado y sus implicaciones regionales. Estudio sobre la investigación formativa en tres programas universitarios de comunicación y periodismo \*

Communication Research in Undergraduate Programs and its Regional Implications. Study of Formative Research in Three University Communication and Journalism Programs

A investigação em comunicação na graduação e suas implicações regionais. Estudo sobre a investigação formativa em três programas universitários de comunicação e jornalismo

Julían Andrés Burgos Suárez <sup>a</sup>  
Universidad de Manizales, Colombia  
jburgos@umanizales.edu.co

DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp44.icpi>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7302-2866>

Recibido: 19 marzo 2025  
Aceptado: 10 julio 2025  
Publicado: 30 diciembre 2025

## Resumen:

La investigación tiene por objetivo establecer la situación de la investigación formativa en comunicación en la región del Eje Cafetero, como una forma de delinear el proceso de conformación del campo. Se hizo un estudio exploratorio basado en un análisis de contenido documental de 541 trabajos de grado en modalidad de investigación, disponibles en los repositorios digitales de tres programas de comunicación de la región. El estudio revisó los paradigmas teóricos dominantes, los ámbitos de la comunicación y lo alcances de la investigación formativa como categorías de observación. Como principal hallazgo, se encontró que el paradigma teórico predominante en la investigación formativa es el transmissionista, el ámbito de la comunicación que más trabajos de grado agrupa es el de la comunicación organizacional y el alcance de las investigaciones más frecuente es el regional. Esto permite concluir que la consolidación del campo de la comunicación se ha dado bajo una concepción instrumentalista de la esta, la cual está orientada a la resolución de problemas prácticos relativos a las necesidades de la región. A partir de esto, se recomienda revisar los currículos y las líneas de investigación presentes en la comunidad académica, con el fin de analizar si la instrumentalización hace pertinente el campo para las necesidades comunicativas de la región.

**Palabras clave:** investigación en comunicación, investigación formativa, estudios regionales, formación de comunicadores, análisis de contenido.

## Abstract:

This research aims to establish the status of formative communication research in the Coffee Region, as a way of outlining the process of shaping the field. An exploratory study was conducted based on a content analysis of 541 undergraduate research theses available in the digital repositories of three communication programs in the region. The study reviewed the dominant theoretical paradigms, the fields of communication, and the scope of formative research as observation categories. The main finding was that the predominant theoretical paradigm in formative research is transmissionist; the field of communication that encompasses the most undergraduate theses is organizational communication; and the most frequent scope of research is regional. This allows us to conclude that the consolidation of the field of communication has occurred under an instrumentalist conception of communication oriented toward the resolution of practical problems related to the needs of the region. Based on this, he recommends reviewing the curricula and lines of research present in the academic community, in order to analyze whether instrumentalization makes the field relevant to the region's communication needs.

**Keywords:** Communication Research, Formative Research, Regional Studies, Communication Training, Content Analysis.

## Resumo:

A investigação tem como objetivo estabelecer a situação da investigação formativa em comunicação na região do Eixo Cafeteiro, como forma de delinear o processo de formação do campo. Foi realizado um estudo exploratório baseado numa análise de conteúdo documental de 541 trabalhos de graduação na modalidade de investigação, disponíveis nos repositórios digitais de três programas de comunicação da região. O estudo revisou os paradigmas teóricos dominantes, os âmbitos da comunicação e o alcance da investigação formativa como categorias de observação. Como principal conclusão, verificou-se que o paradigma teórico predominante na

## Notas de autor

<sup>a</sup> Autor de correspondencia. Correo electrónico: jburgos@umanizales.edu.co

investigação formativa é o transmissionalista, o âmbito da comunicação que agrupa mais trabalhos de graduação é o da comunicação organizacional e o alcance mais frequente das investigações é o regional. Isso permite concluir que a consolidação do campo da comunicação ocorreu sob uma concepção instrumentalista da comunicação orientada para a resolução de problemas práticos relacionados às necessidades da região. A partir disso, recomenda-se revisar os currículos e as linhas de investigação presentes na comunidade acadêmica, a fim de analisar se a instrumentalização torna o campo pertinente para as necessidades comunicativas da região.

**Palavras-chave:** investigação em comunicação, investigação formativa, estudos regionais, formação de comunicadores, análise de conteúdo.

## Introducción

La comunicación como campo del conocimiento social, ha requerido de la institucionalización para su consolidación (Hamelink y Nordenstreng, 2007). Esta se ha dado gracias a los procesos de investigación y de formación implementados en contextos universitarios (Hamelink y Nordenstreng, 2016; Nordenstreng *et al.*, 2016).

Esta realidad hace que procesos como el de la investigación formativa sean relevantes a la hora de la consolidación del campo comunicacional, ya que, mediante esta, se realiza al mismo tiempo la formación de profesionales y la instalación de prácticas de investigación que van formando comunidad académica y científica responsable de la construcción de conocimiento comunicacional (Caffarel-Serra *et al.*, 2017; Demeter *et al.*, 2022).

La investigación formativa se refiere a la investigación como herramienta del proceso enseñanza-aprendizaje, cuya finalidad es difundir información existente y favorecer que el estudiante la incorpore como conocimiento (Moreno, 2005). La investigación formativa también puede entenderse como la enseñanza a través de la investigación o enseñar usando el método de investigación (Farfán, 2016). Esta tiene como característica que es una investigación orientada por un docente y que los participantes del proceso investigativo no son profesionales de la investigación, sino sujetos en formación (Núñez, 2007). Hodson (2009), en el marco de la investigación científica, mencionó que los alumnos que participan en procesos de investigación formativa desarrollan una mejor comprensión sobre el entorno. Así mismo, Maldonado (2007) afirma que esta hace que los estudiantes adquieran más conocimientos explicativos y descriptivos, pues participan de procesos científicos.

El escenario más común donde se desarrolla la investigación formativa es la universidad y se establece en espacios como seminarios o semilleros de investigación (Moreno, 2005). Estos permiten que los alumnos sean activos y puedan participar en actividades para discutir, reflexionar y llegar a acuerdos sobre temas académicos y científicos. Se enfoca, principalmente, en aprender, generar conocimiento y comprender la realidad. A su vez, es un proceso sociohistórico, en el que los investigadores son capaces de problematizar la realidad que los rodea, analizar las relaciones sociales dominantes y producir conocimiento para la transformación, ya que se relaciona con la adquisición y desarrollo del pensamiento crítico (Landazábal *et al.*, 2010).

De acuerdo con lo anterior, la investigación formativa es la instrumentalización de los procedimientos del método científico que se aplican en diferentes campos de las ciencias naturales o sociales, en los que la participación de los estudiantes provoca en ellos el desarrollo de una relación significativa con su disciplina y la adquisición de competencias críticas sobre la realidad que esta aborda (Esquivel-Grado *et al.*, 2023).

Ahora bien, el estudio de la investigación formativa en comunicación implica entender la naturaleza del campo, sus dinámicas teóricas, sus prácticas de investigación y sus desafíos metodológicos (Hicks *et al.* 2019), ya que son estas las que se adquieren en los procesos de aprendizaje que se dan mediante la investigación formativa.

La comunicación como campo del conocimiento se ha caracterizado por su fragmentación teórica y metodológica (Craig, 1999). Esto quiere decir que hay una diversidad de enfoques teóricos y metodológicos

y que no se puede identificar un único paradigma dominante (Benjamin, 2024; Carrasco-Campos y Saperas, 2013).

Esta fragmentación puede verse en la persistencia de dos grandes áreas de estudio: la comunicación humana y los medios de comunicación (Ángel, 2011). La primera de ellas ha sido preferentemente abordada por ciencias que estudian la conducta humana, mientras que la segunda ha conformado lo que se conoce como el campo de la comunicación social o de las ciencias de la información y la comunicación (Benjamin, 2024; Galindo, 2005; Maigret, 2006).

En este último, es posible reconocer tres grandes enfoques teóricos: el transmissionista, el discursivo y el constructivista (Ángel, 2011). El primero de ellos concibe la comunicación como un proceso de transmisión efectiva de información en el que se debe controlar las diferentes variables que intervienen en este (Mattelart y Mattelart, 1997). Si bien esta definición del enfoque es una generalización, sintetiza una variedad de objetos y de problemas teóricos para los que la comunicación mediática es concebida desde la efectividad del mensaje y sus efectos.

El segundo enfoque comprende diferentes problemas de la comunicación, en los que la producción y circulación de los significados sociales se da en el marco de estructuras sociales y dinámicas de poder. En estos, las cuestiones relativas al lenguaje y a las prácticas discursivas son el centro de la investigación (Maigret, 2006). Y el paradigma constructivista es el que se centra en el proceso de interacción e intercambio de significados intervenidos por medios y tecnologías de la comunicación, desde donde sujetos construyen los repertorios de significados a partir de los cuales se relacionan con su entorno (Benjamin, 2024; Grandi, 1995).

Estos tres enfoques albergan teorías y metodologías con las que los diferentes objetos de la comunicación son abordados, haciendo que, de acuerdo con estos, la comprensión de un mismo fenómeno pueda variar (Rosengren y Bruhn, 1997; Vidales, 2017). Cada vez que se plantea una pregunta de investigación en comunicación, los marcos teóricos están compuestos de conceptos y categorías traídas de diferentes ciencias o disciplinas (Fuentes, 1998; Piedra-Salomón, 2016). Esto hace de la comunicación un campo complejo (Segado-Boj *et al.*, 2022; Vidales, 2017), cuya comprensión y práctica son transdisciplinarias (Benjamin, 2024; Carrasco-Campos y Saperas, 2014a; Galindo, 2005; Vidales, 2015).

Por su parte, la práctica de la investigación en comunicación también tiene tendencias (Giménez-Toledo y Jiménez-Contreras, 2013). Desde las primeras investigaciones, promediando el siglo XX, la investigación se ha realizado desde dos perspectivas. La primera de ellas, denominada *investigación administrativa*, fue impulsada por particulares interesados en comprender cómo se podía ser más efectivos en la transmisión de mensajes masivos con los que se pudieran generar ciertos efectos en los públicos (Benjamin, 2024; Catt, 2014; Jensen y Neuman, 2013; Wolf, 1987).

Esta investigación abiertamente de tipo transmissionista se sustentaba en una sociología empirista y experimental con diseños metodológicos estadísticos y de laboratorio, a partir de los cuales se podían deducir las conductas de los públicos como reacciones a los mensajes o, en su defecto, explicar los fallos en la comunicación cuando los efectos no eran los esperados (Catt, 2014; Jensen y Neuman, 2013; Slutskiy, 2020; Torrico, 2004).

El diseño empírico fue heredado en todo el enfoque transmissionista, aunque la concepción de un efecto directo fuese desestimada por la evidencia recogida en las investigaciones subsecuentes. La persistencia de una epistemología empírica en este enfoque permitirá la influencia de la sociología en la investigación transmissionista, característica sobre la que reposa la tendencia generalista en la explicación de fenómenos relacionados con las comunicaciones masivas, como las teorías de la opinión pública o de las agendas de los medios (Catt, 2014; Jensen y Neuman, 2013; McQuail, 2005).

Por otro lado, el modelo academicista es el que inaugura la teoría crítica, preocupada por encontrar las explicaciones a un sistema de medios que reproduce la ideología dominante en su complejo relacionamiento con las formas de organización económicas de la sociedad. Esta investigación de tipo crítico puso su énfasis en el estudio de los mensajes, de los lenguajes con los que la ideología se inscribe en ellos y en las prácticas de

consumo que reproducen dicha ideología. Esto derivó en la implementación de un paradigma investigativo de tipo histórico-crítico, a partir del cual se comprenden la comunicación y sus actores como agentes en una lucha por el poder simbólico (Catt, 2014; Carrasco-Campos y Saperas, 2013; Jensen y Neuman, 2013; Rosengren y Bruhn, 1997).

Dentro del modelo academicista de la investigación en comunicación, hay que mencionar también otra tendencia que se da basada en un enfoque más hermenéutico. Este parte del análisis de los textos y de los mensajes de la comunicación, entendidos como formas simbólicas que representan los significados sociales, los cuales pueden ser ubicados en la cultura (Catt, 2014; Carrasco-Campos y Saperas, 2014b; Curran, 1998; Jensen y Neuman, 2013; Slutskiy, 2020).

Una imagen de este abordaje está dada en la metáfora del “mapa nocturno” (Martín-Barbero, 2003), en la que se describe la agenda de investigación de la comunicación en Latinoamérica como un territorio aún por explorar que está por trazarse en sus contornos y recorrerse en sus realidades (González-Samé *et al.*, 2017). Este mapa es interdisciplinario y se centra en las mediaciones, más que en los medios, y en el proceso de la comunicación, más que en sus objetos (Jensen y Neuman, 2013; Martín-Barbero y Silva, 1997).

La consolidación de estos paradigmas en la comunicación (Vidales, 2015) va emparejada con la institucionalización de la formación y la investigación (Piñeiro-Naval y Morais, 2019). Un modelo administrativo y empírico, financiado en algunas oportunidades por privados, facilitó la instalación de institutos y grupos de investigación dedicados a indagar las relaciones de los medios con la sociedad (Saperas-Lapiedra, 2016). Por el contrario, el modelo academicista de la investigación implicó muchas veces disputar el campo de conocimiento con departamentos e institutos ya consolidados, provenientes de disciplinas como la sociología, la psicología o la antropología, con quienes la comunicación comparte la preocupación por determinados objetos de estudio (Carrasco-Campos y Saperas, 2014b; Gómez-Escalonilla, 2020; Vidales, 2017).

De acuerdo con lo anterior, el estudio sobre la investigación formativa en comunicación implica indagar y establecer los paradigmas que se han dado en los programas y escuelas de comunicación universitarias de la región del Eje Cafetero, desde donde se ha realizado la formación de nuevos comunicadores en las dos primeras décadas del siglo XXI. Esta propuesta se diferencia de trabajos previos (Moreno, 2018; Restrepo, 2020; Salas, 2011), porque incluye entre su corpus de análisis los trabajos de investigación formativa de la región.

En ese sentido, la investigación que se hacen a nivel formativo puede aportar al conocimiento sobre el conjunto más amplio de tendencias de investigación de un campo (Henao *et al.*, 2020). Esto es así porque la investigación formativa ordena e interpreta la investigación practicada, con el fin de introducir a los estudiantes en el conocimiento básico de dicho campo (Molina, 2005; Jiménez, 2002). Esto permite levantar un inventario de la producción de conocimiento en la que se clarifican líneas temáticas, tendencias teóricas y metodológicas presentes en una tradición investigativa propia de una región (Restrepo, 2020; Vélez y Calvo, 1992).

Al respecto, una revisión de estudios previos sobre la investigación en comunicación refleja que estos ejercicios investigativos se han realizado para establecer las tendencias dentro de los subcampos de la comunicación (Hernández, 2006). Es decir que hay una tendencia a realizar revisiones de la investigación en comunicación, pero focalizadas en subcampos como los de la comunicación educativa (Moreno, 2018), la comunicación para el desarrollo (Barranquero y Limón, 2017), la comunicación organizacional (Moreno Arenas, 2020), la comunicación estratégica (Salas, 2011), los estudios de periodismo (Strelow, 2011), entre otros.

En este aspecto, se destacan las investigaciones que se han realizado desde las agremiaciones,<sup>1</sup> a partir de las cuales se han levantado mapas del campo en términos de líneas de investigación, profesiones, nuevos oficios u ocupaciones (Pereira, 2005; Pereira y Marín, 2018). Estas investigaciones muestran que la producción de conocimiento resultado de investigación sigue dándose dentro de los tradicionales subcampos

de la comunicación (organizacional, educación, desarrollo y cambio social, periodismo y medios), con una variedad de enfoques teóricos y metodológicos, en los que no se puede establecer una tendencia predominante, es decir que confirma la fragmentación del campo descrita anteriormente (Henao *et al.*, 2020; Pereira *et al.*, 2018).

De acuerdo con lo anterior, abordar un estudio sobre la práctica de la investigación formativa desplegada en un territorio determinado es una necesidad, ya que son pocos los estudios que se centran en este nivel de formación. El foco, en este caso, está en establecer la relación de la investigación formativa con una región desde las particularidades de su institucionalización y organización administrativa, así como sus agendas, sus objetos de estudio, sus enfoques teóricos y metodológicos.

## Metodología

El estudio sobre la investigación formativa en comunicación se enfocó en la región del Eje Cafetero. Se considera una investigación de alcance exploratorio porque abordó una situación o realidad que en principio no ha sido objeto de indagación, como lo es la investigación formativa en la región. El carácter exploratorio también radica en el hecho de que la realidad indagada es observable a través del registro de los trabajos de investigación presentes en los repositorios digitales de las universidades de la región.

Por eso, su paradigma epistemológico se basa en el empirismo, toda vez que esa realidad fue estimada gracias la observación de los trabajos de grado realizada mediante la lectura de estos y desde categorías de observación que organizaron la revisión. En ese sentido, su lógica de análisis fue deductiva, pues dichas categorías de observación se definieron desde la tradición acumulada en el campo comunicacional.

Debido a esto, la investigación optó por visualizar los datos recogidos de un modo cuantitativo, ya que el lenguaje numérico genera una representación global de la realidad observada como un todo compuesto por partes que la describen y que guardan una proporción estimada en porcentajes. Por la necesidad de presentar un mapa exploratorio de la investigación formativa regional, los datos se generalizan sin discriminarse por universidades, evitando la comparación que, en principio, es improcedente por el carácter generalista del estudio y porque se pretenden identificar tendencias o líneas globales que después puedan fundamentar estudios más precisos con diseños metodológicos más robustos.

Teniendo en cuenta lo anterior, la investigación se basó en el análisis de contenido documental (Waldherr *et al.*, 2019; Martínez Corona *et al.*, 2023), operacionalizado mediante la lectura en línea de los trabajos disponibles en los repositorios digitales de las universidades escogidas. Esta lectura fue realizada por un equipo de asistentes de investigación entrenado para detectar las categorías de observación en el texto de las investigaciones. Como se manifestó, la investigación es de tipo deductivo porque las categorías de observación se definieron previamente y de acuerdo con la tradición teórica sobre el campo comunicacional, de modo que la exploración permitió comprobar la tendencia de conformación del campo para la región del Eje Cafetero. En la primera fase de la investigación, el equipo de asistentes filtró de los repositorios los trabajos de grado que se hicieron bajo la modalidad de investigación, para luego proceder a realizar una lectura transversal que permitiera identificar las categorías de observación en su título, resumen, introducción, planteamiento del problema, marco teórico y metodología.

En una segunda fase, se codificó cada trabajo en algunas de las tres categorías de observación establecidas, mediante una matriz de análisis que posteriormente permitió un análisis de frecuencias observadas para cada categoría y, de allí, la generación de los gráficos generales del estudio.

## Criterios de selección de las universidades y los programas

Según el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES), en la región del Eje Cafetero<sup>2</sup> existen seis programas con denominación en comunicación activos, como se muestra en la tabla 1.

TABLA 1.  
Ofertas de programas de comunicación activos en el Eje Cafetero

| Nombre del programa                | Ubicación           | Universidad                             | Tipo de universidad | Reconocimiento del ministerio | Año de fundación |
|------------------------------------|---------------------|-----------------------------------------|---------------------|-------------------------------|------------------|
| Comunicación Social-Periodismo     | Armenia (Quindío)   | Universidad del Quindío                 | Pública             | Acreditado de alta calidad    | 1997             |
| Comunicación Social y Periodismo   | Manizales (Caldas)  | Universidad de Manizales                | Privada             | Acreditado de alta calidad    | 1994             |
| Comunicación Social y Periodismo   | Armenia (Quindío)   | Universidad La Gran Colombia            | Privada             | Registro calificado           | 2019             |
| Comunicación Social-Periodismo     | Pereira (Risaralda) | Universidad Católica de Pereira         | Privada             | Acreditación de alta calidad  | 1997             |
| Comunicación Social                | Manizales (Caldas)  | Universidad Luis Amigó                  | Privada             | Registro calificado           | 2019             |
| Comunicación Audiovisual y Digital | Pereira (Risaralda) | Fundación Universitaria del Área Andina | Privada             | Acreditación de alta calidad  | 2016             |

Fuente: elaboración propia con base en información tomada del SNIES, julio de 2025.

Los criterios para elegir las universidades y los programas en donde se rastrearon las investigaciones formativas fueron los siguientes:

- Antigüedad. Este criterio asegura la consolidación de una comunidad académica que ha elaborado una cultura de la investigación y que influye en la orientación de opciones de grado y líneas de investigación como punto de partida y marco para la investigación formativa. Esto permite tener un cúmulo importante de trabajos de grado como base del cuerpo de la presente investigación.
- Calidad académica. Este criterio se estableció mediante el reconocimiento de la acreditación de alta calidad otorgada por el Ministerio de Educación Nacional, lo cual garantiza la presencia de una infraestructura investigativa y un apoyo a la investigación formativa, toda vez que esta es una condición necesaria para lograr este reconocimiento.
- Disponibilidad. Fue importante que los programas seleccionados tuvieran un repositorio digital de trabajos de grado accesible desde el cual se pudiera tener acceso al corpus de la investigación.

Estos criterios permitieron elegir tres programas, uno de cada ciudad, que son el 50 % de la oferta presente, y que, de acuerdo con estos criterios, son representativos de la investigación formativa de la región. Estos programas fueron: Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales, Comunicación Social-Periodismo de la Universidad del Quindío y Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Católica de Pereira.

## Selección de trabajos de grado y ventanas de observación

Se hizo un rastreo del número de trabajos de grado que estaban disponibles en los repositorios digitales de las bibliotecas de cada universidad (Gómez *et al.*, 2015), en los cuales se encontraron un total de 541, distribuidos según la tabla 2. La disparidad en el número de trabajos presentados y las diferencias en las ventanas de observación de cada institución obedece a los siguientes factores: el primero es que el proceso de digitalización de los trabajos de grado varía en cada universidad, ya que depende de las políticas de publicación asumidas por cada institución. Esto hace que no todos los trabajos de grado que se han realizado en cada cohorte de graduados durante los años de existencia de los programas estén disponibles en el momento de la investigación. Estas mismas políticas determinan lineamientos para la sesión de derechos que, en todos los casos, no se da de forma uniforme, lo que limitó la disponibilidad de trabajos en cada repositorio.

TABLA 2.  
Número de trabajos analizados en cada universidad

| Universidad                     | Número de trabajos registrados en el repositorio digital |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------|
| Universidad Católica de Pereira | 299                                                      |
| Universidad del Quindío         | 151                                                      |
| Universidad de Manizales        | 91                                                       |
| Total                           | 541                                                      |

Fuente: elaboración propia.

El segundo factor radica en la modalidad de investigación predominante en cada programa. El número de trabajos elegidos representa el total de trabajos en modalidad de investigación que cada programa tiene a disposición en el repositorio durante la ventana de observación. La disparidad tiene que ver con el hecho de que cada programa puede tener una mayor cantidad de trabajos de grado en otras modalidades que no son investigativas y que son opciones de grado que los estudiantes eligen. Esto depende de los distintos énfasis y las tradiciones académicas de cada comunidad en cada programa.

Así, el número de trabajos analizados en cada universidad lo componen solo aquellos cuya modalidad se concibe como trabajo de investigación y se descartaron los que tenían otra modalidad de grado, como productos mediáticos, informes de asistencia, informes de pasantía, modelos o proyectos de intervención, según se definen en cada una de las instituciones seleccionadas. Esto quiere decir que se operó con el total de trabajos de investigación de pregrado digitalizados en los repositorios que dichos programas han puesto al acceso público, de acuerdo con sus políticas de publicación, y no deben leerse como el total de trabajos de grado que han realizado los estudiantes de dichos programas.

Estos trabajos de grado se ubicaron temporalmente en periodos por cada universidad, como se ve en la tabla 3. Las temporalidades se presentaron de acuerdo con los trabajos disponibles y no se predeterminaron, lo cual da un panorama general de la región para las dos primeras décadas del siglo. Esto significa que el año

en el que inicia la ventana de tiempo es el año del trabajo de grado en modalidad de investigación digitalizado más antiguo que se encontró y el año en el que termina la ventana de tiempo es el año del trabajo de grado en modalidad de investigación digitalizado más reciente que se encontró. Así, la disparidad se explica por los tiempos de los procesos de digitalización avanzados en cada universidad. En todos los casos, se trabajó con el total de trabajos de grado en la modalidad de investigación disponibles en los repositorios hasta la fecha de cierre del rastreo, sin descartar ninguno.<sup>3</sup>

TABLA 3  
Ventana de observación de los trabajos analizados

| Programa                        | Periodo           |
|---------------------------------|-------------------|
| Universidad de Manizales        | Entre 2012 y 2021 |
| Universidad Católica de Pereira | Entre 2002 y 2012 |
| Universidad del Quindío         | Entre 2009 y 2016 |

Fuente: elaboración propia.

## Categorías de observación

Siguiendo los criterios para un análisis de contenido documental (Waldherr *et al.*, 2019; Martínez Corona *et al.*, 2023), se hizo un procedimiento de codificación teniendo presentes las categorías de observación estimadas por la tradición académica del campo. Estas fueron el paradigma teórico (transmisionista, discursivo y constructivista), el ámbito de la comunicación (comunicación y desarrollo; comunicación estratégica; comunicación y medios; comunicación digital; comunicación y educación; comunicación y periodismo; comunicación y audiencias; comunicación y cultura, y comunicación publicidad) y el alcance de la investigación (local, regional, nacional e internacional).

Para establecer el paradigma dominante en cada trabajo de grado, se revisó el marco teórico, el planteamiento del problema y la metodología. Se buscó una declaración expresa o un conjunto de términos similares o asociados a los de la tabla 4, que permitiera deducir el paradigma dominante. Se aclara que el paradigma es diferente del tema del trabajo de grado. El *paradigma* es el enfoque de investigación que se da sobre el tema, por ejemplo: la recepción televisiva como tema puede ser abordada desde un paradigma transmisionista bajo conceptos como *efectos*, *usos* o *gratificaciones* o desde un paradigma constructivista bajo conceptos como *interacción*, *apropiación* o *lectura*. De acuerdo con esto, los términos asociados permitieron clasificar el trabajo de grado en alguno de estos paradigmas y no su tema. Cuando se encontraron aspectos temáticos combinados, se cotejó con otras partes del trabajo como la metodología, cuál era el paradigma predominante para optar por uno y codificarlo así. En ese sentido, esta clasificación paradigmática funge más como una evidencia de la forma en que el estudiante abordó el problema o tema, que una constatación teórica sobre la complejidad del campo de la comunicación.



TABLA 4.  
Términos para codificación de los paradigmas

|                                   |                                                                  |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| Paradigma transmisionista         |                                                                  |
| Modelo de Laswell                 | Efectos directos, mensaje, receptor pasivo, propaganda           |
| Teoría de la información          | Canal, codificación, decodificación, ruido, retroalimentación    |
| Agenda <i>setting</i>             | Agenda, saliencia, opinión pública, medios masivos               |
| Teoría de los efectos             | Percepción, largo plazo, realidad mediática, exposición          |
| Teoría de públicos                | Opinión pública, autocensura, mayoría percibida                  |
| Usos y gratificaciones            | Usos, necesidades, recepción.                                    |
| Paradigma discursivo              |                                                                  |
| Teoría crítica                    | Industria cultural, ideología, hegemonía, alienación             |
| Teoría de la hegemonía            | Poder, consenso, hegemonía cultural, lucha simbólica             |
| Análisis del discurso             | Texto, discurso, contexto, ideología, prácticas discursivas      |
| Semiótica de los medios           | Signo, connotación, mito, lectura preferente/oposicional         |
| Enfoque narrativo                 | Historia, relato, coherencia narrativa, verosimilitud            |
| Paradigma constructivista         |                                                                  |
| Interaccionismo simbólico         | Interacción, símbolos, roles sociales, significado compartido    |
| Constructivismo social            | Construcción social, realidad, lenguaje, institucionalización    |
| Teoría de la acción comunicativa  | Razonamiento, consenso, intersubjetividad, ética del discurso    |
| Sociosemiótica de la comunicación | Mediaciones, cultura, prácticas, recepción, consumo, apropiación |
| Teoría sociotécnica               | Medios, tecnologías, redes sociales, virtualidad, ciberculturas  |

Fuente: elaboración propia.

Posteriormente, se definió el ámbito de acuerdo con lo expresado en el título del trabajo, lo cual era corroborado con la lectura de los antecedentes, el planteamiento del problema y el diseño metodológico en cada trabajo de grado. El ámbito hace referencia a lo que la teoría establece como subcampos de la comunicación.

Para finalizar, se estableció el alcance de la investigación teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- De alcance local, cuando el cuerpo de investigación de la misma se compone de unidades que se ubican o tiene origen en la ciudad de Manizales, centro de la investigación.
- De alcance regional, cuando las unidades que conformaron el cuerpo de la investigación tenían como referencia las ciudades o el territorio de los departamentos que conforman el Eje Cafetero.
- De alcance nacional, cuando las unidades que conformaron el cuerpo de la investigación tenían como referencia ciudades o territorios de alguna parte del país.
- De alcance internacional, cuando las unidades que conformaron el cuerpo de la investigación tenían como referencia ciudades o poblaciones externas a Colombia.

A partir de estas tres categorías de análisis (paradigma, ámbito y alcance), el equipo de asistentes de investigación codificó en una matriz las observaciones resultantes del análisis de contenido documental. Esto

permitió analizar de un modo cuantitativo las frecuencias de ocurrencia de estas características expresadas en porcentajes, para lo cual se tomó como divisor el total de trabajos procesados.

## Resultados

Los análisis realizados permitieron establecer el paradigma teórico predominante en los trabajos de grado dentro de la investigación formativa de los programas de comunicación social y periodismo de la región cafetera. El paradigma transmisionista es el predominante, pues fue el marco utilizado en el 79,8 % de los trabajos analizados; en menor proporción aparece el marco discursivo y el constructivista, como se ve en la figura 1.

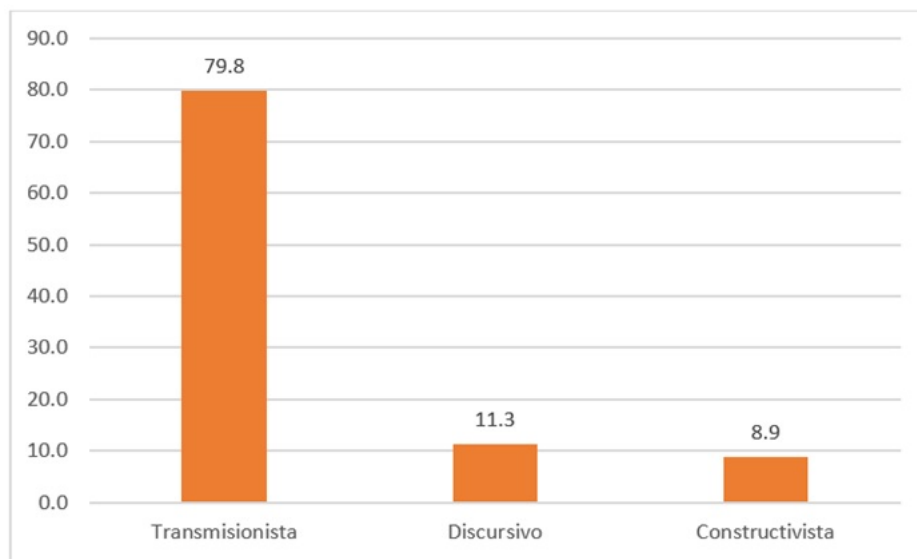


FIGURA 1.  
Paradigma de la comunicación predominante  
Fuente: elaboración propia.

En cuanto al ámbito de la comunicación predominante, se estableció que los tres ámbitos que reúnen la mayoría de trabajos de investigación formativa realizados en el Eje Cafetero se concentran en el ámbito de la comunicación organizacional con un 27,9 %, seguido del ámbito de la comunicación y los medios con un 23,8 % y el ámbito de la comunicación y las audiencias con un 16,1 %. Mientras que los tres ámbitos menos presentes en la investigación formativa son la comunicación y la publicidad con un 2 % de los trabajos, la comunicación y la educación con un 3,5 % y la comunicación y el desarrollo con un 4,1 %, como se aprecia en la figura 2.

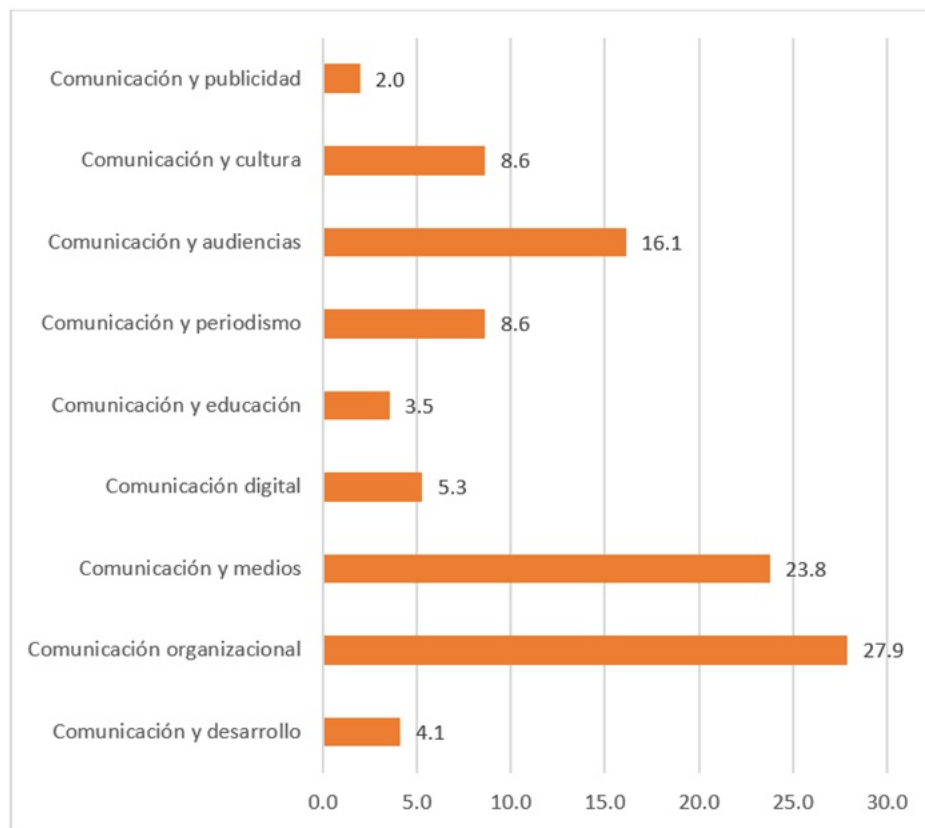


FIGURA 2.  
Ámbito de la comunicación predominante  
Fuente: elaboración propia.

Así mismo, de acuerdo con el alcance de la investigación formativa, esta se realiza predominantemente a nivel regional, ya que un 48,5 % de los trabajos estudiados se hicieron a este nivel, seguido del alcance nacional con un 32,4 %, luego el alcance local con un 10,7 % y, por último, el alcance internacional con un 8,3 %, como se aprecia en la figura 3.

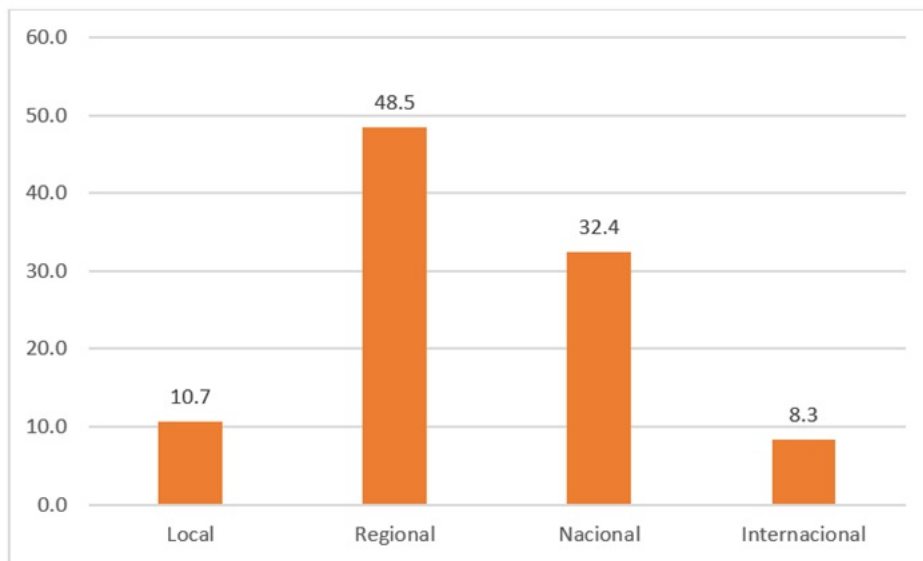


FIGURA 3.  
Alcance de la investigación  
Fuente: elaboración propia.

En cuanto a los temas recurrentes en la investigación formativa presentes en los trabajos de grado en la región cafetera, se encuentra que el tema más investigado es el de la comunicación organizacional, seguido de los temas que se centran en los medios de comunicación nacionales y luego de los temas de violencia. La figura 4 de jerarquía muestra los doce temas más recurrentes de la investigación formativa de la región.

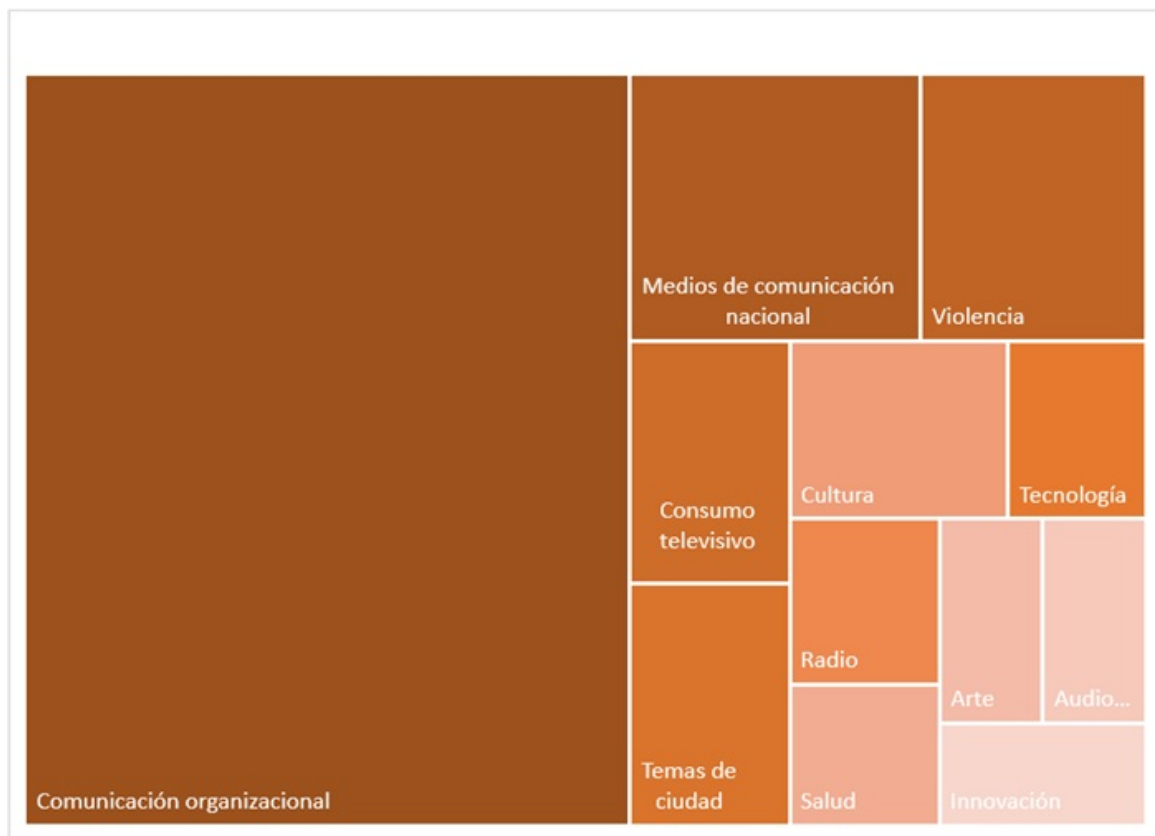


FIGURA 4.  
Temas predominantes en la investigación formativa  
Fuente: elaboración propia.

En el anterior gráfico de jerarquía, se pueden ver los temas predominantes en la investigación formativa de la región cafetera. Estos temas se consideraron como los enfoques particulares más recurrentes dentro de un conjunto temático o conceptual más amplio, clasificado desde la categoría ámbito de la comunicación ya reseñada. Esto explica que temas como los de la violencia, el arte, la salud se abordaron desde diferentes ámbitos. Por ejemplo, en el tema de la violencia, se encontraron trabajos de investigación formativa realizados desde el terreno de la comunicación y los medios, así como desde el de la comunicación y audiencias. Algo similar ocurrió con temas de ciudad, que aparecían en trabajos del área de la comunicación y medios, comunicación y cultura o comunicación y audiencias.

La información anterior puede ser matizada describiendo para cada ámbito analizado los paradigmas teóricos predominantes y el alcance de las investigaciones formativas realizadas. Así, para el ámbito de la comunicación y desarrollo el paradigma predominante fue el transmisionista y el alcance local y regional, como lo muestran las figuras 5 y 6. En esto se puede evidenciar que la investigación formativa en esta área privilegia investigar lo local, enfocada en proyectos que pretenden describir las problemáticas del territorio y abordarlos con una perspectiva pragmática más que crítica, ya que el marco transmisionista así concibe los problemas del campo. Aunque también se puede ver cierta continuidad de la tradición teórica del campo que se inclina por un enfoque constructivista.

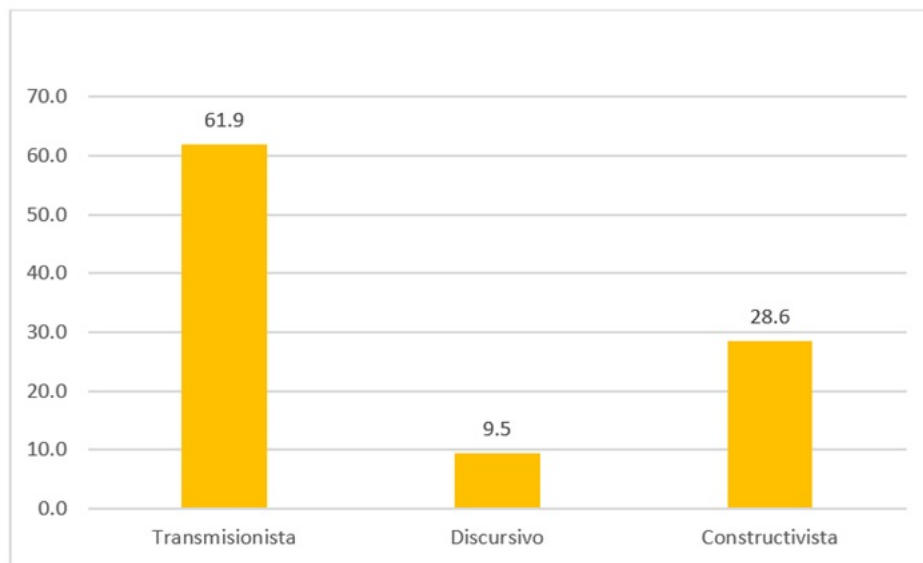


FIGURA 5.

Paradigma teórico predominante en los trabajos de comunicación y desarrollo

Fuente: elaboración propia.

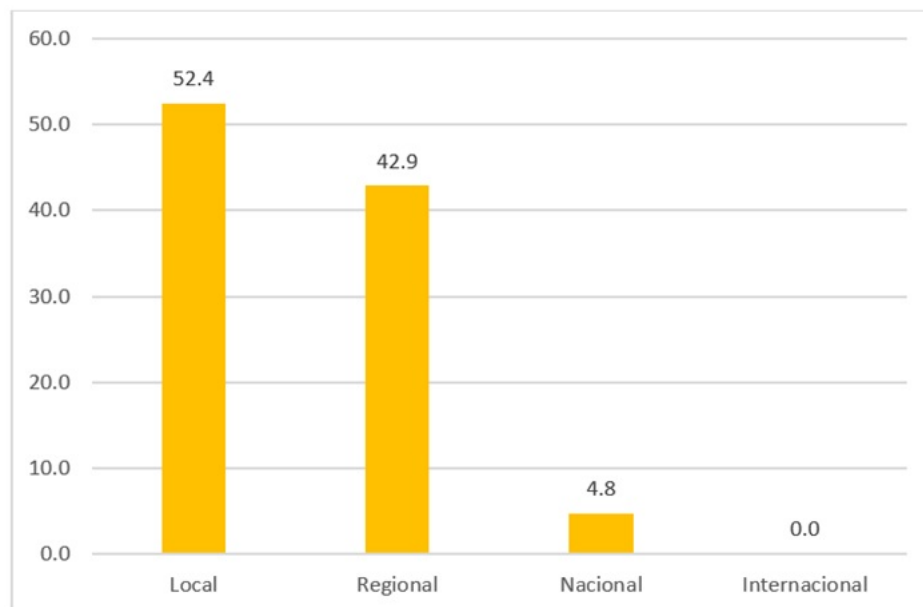


FIGURA 6.

Alcance de los trabajos de comunicación y desarrollo

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al ámbito de la comunicación organizacional, puede verse en la figura 7 cómo hay un paradigma casi único para abordar estos temas y es el transmisionista. Así mismo, el alcance de la investigación es de tipo regional y nacional, con lo local mínimamente estudiado, como se evidencia en la figura 8. Esto señala que hay una alineación de la investigación formativa de la región con el enfoque empírico y pragmático de estudio de la comunicación organizacional con una preocupación por lo regional. Esto último puede deberse a la concentración de organizaciones y empresas que puede ser más significativa cuando se adquiere una mirada más regional que local, con miras a comparar un caso con respecto a otro, así como a la posibilidad de enfocarse en el estudio de empresas medianas y grandes, las cuales puede ser más abundantes si se mira con perspectiva regional o nacional, antes que local.

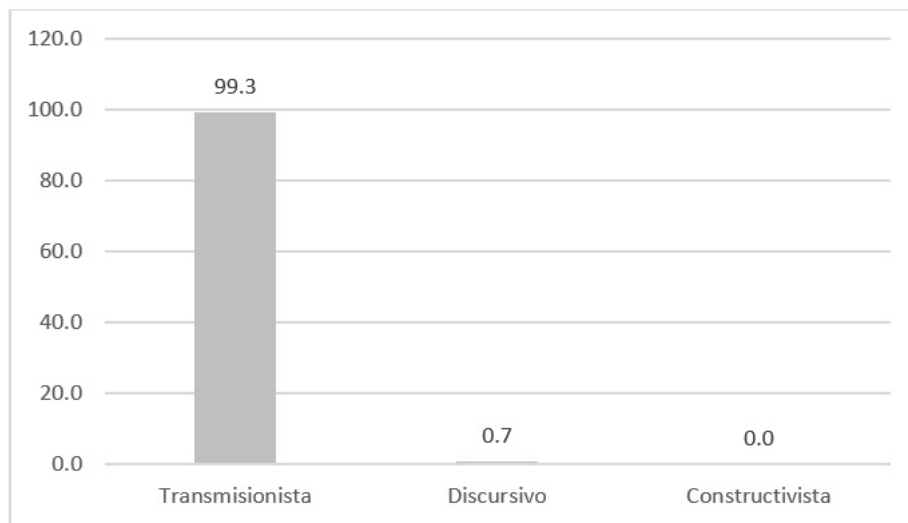


FIGURA 7.

Paradigma teórico predominante en los trabajos de comunicación organizacional

Fuente: elaboración propia.

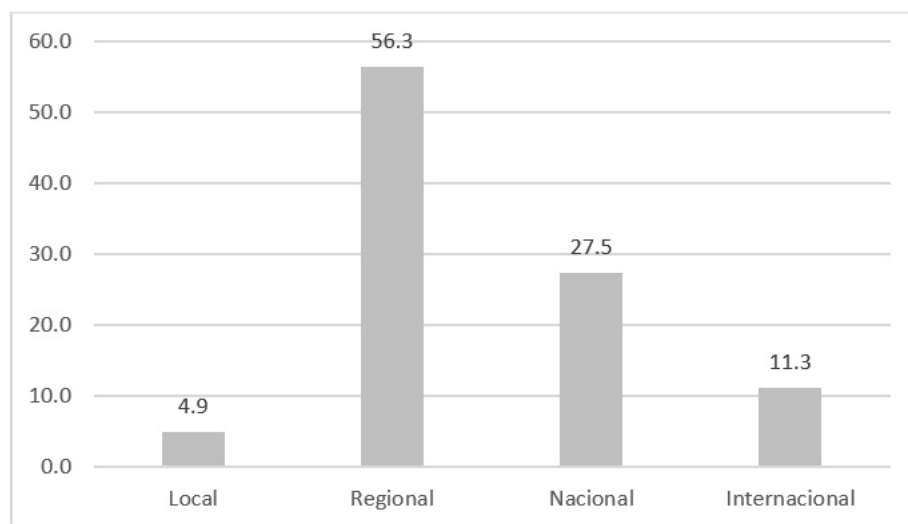


FIGURA 8.

Alcance predominante en los trabajos de comunicación organizacional

Fuente: elaboración propia.

Con respecto al ámbito de la comunicación y medios, los análisis muestran también una supremacía del enfoque transmisionista a la hora de plantear las investigaciones, pero con una distribución casi homogénea de los alcances regional y nacional, como se ve en la figura 9. Este paradigma teórico, enfocado al estudio de los medios, implica la tendencia a bordar el objeto de investigación desde las perspectivas teóricas de la investigación de la comunicación de masas, en sus enfoques tradicionales y actuales, resaltando los problemas de los efectos, las influencias, el contenido de los mensajes y la construcción de la opinión pública.

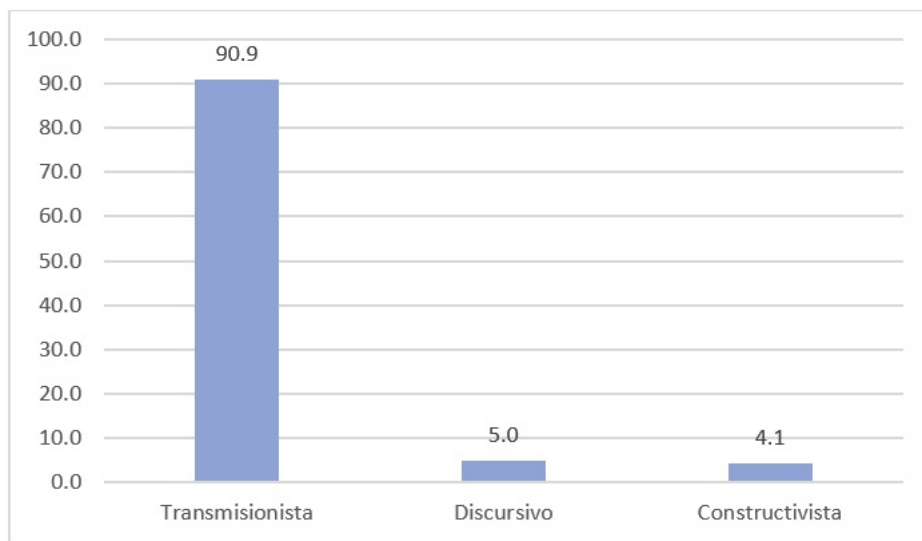


FIGURA 9.

Paradigma teórico predominante en los trabajos de comunicación y medios

Fuente: elaboración propia.

Esto puede explicar que el ámbito nacional y regional sean predominantes, ya que se estudian los medios de alcance nacional por ser los de mayor influencia social y porque se busca la comparación entre medios regionales o entre medios nacionales y regionales que pueda dar una mayor claridad en la investigación. Llama la atención de los hallazgos, en este punto, que el ámbito internacional sea mayor en porcentaje que el ámbito local, lo cual puede apuntar a un abordaje del estudio de los medios enfocado en su influencia e importancia global, pero con efectos en lo local, como se evidencia en la figura 10.

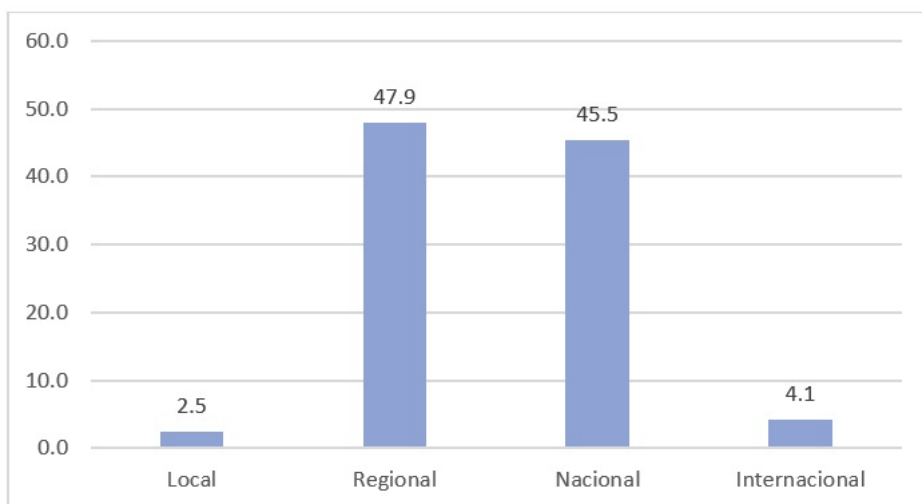


FIGURA 10.

Alcance predominante en los trabajos de comunicación y medios

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al ámbito de la comunicación digital, los resultados mostraron una predominancia de paradigma transmisionista en el enfoque teórico de los trabajos, con un alcance mayoritariamente regional como lo muestran las figuras 11 y 12. Este último es significativo dentro de este ámbito, pues indica una tendencia al estudio de los fenómenos del mundo digital, pero con una perspectiva regional, bien sea por el estudio de medios digitales regionales o por la influencia de los mismos en lo regional. En este ámbito, el alcance



internacional es el que registra un mayor porcentaje, explicado por la presencia de trabajos dedicados al estudio de medios o empresas globales a través de la red.

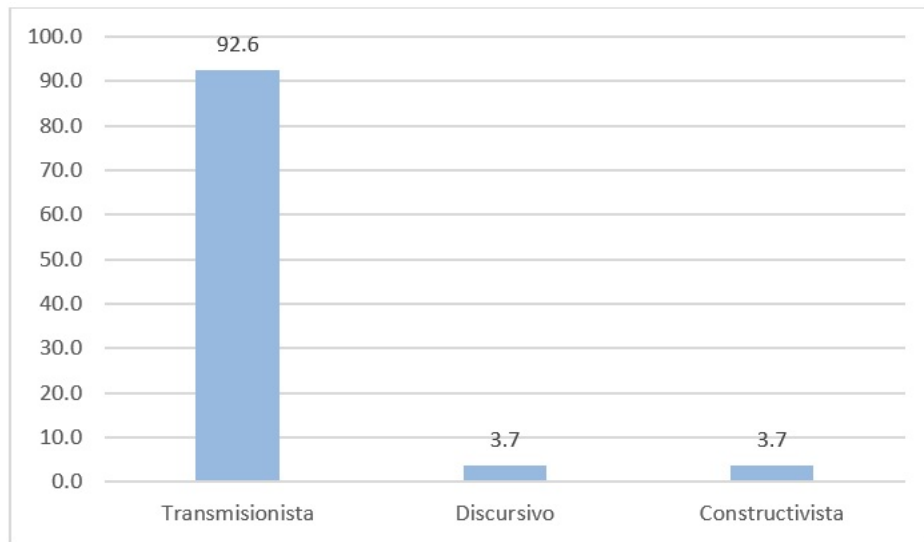


FIGURA 11.  
Paradigma predominante en los trabajos de comunicación digital  
Fuente: elaboración propia.

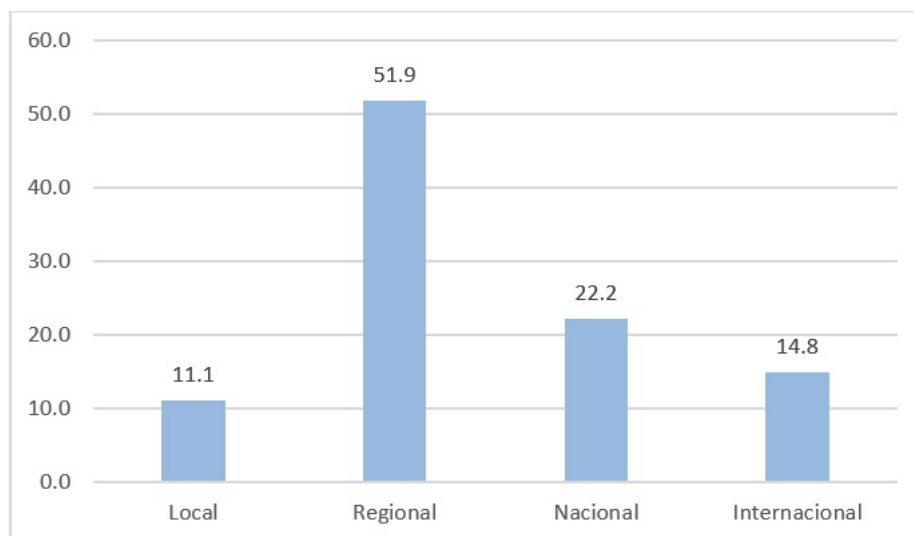


FIGURA 12.  
Alcance predominante en los trabajos de comunicación digital  
Fuente: elaboración propia.

En cuanto al ámbito de la comunicación y la educación, al igual que en los anteriores ámbitos, predomina el transmisionismo, es decir, el abordaje pragmático y empírico, con un alcance regional y nacional. En esta área, este enfoque teórico indica una preocupación por el estudio de las influencias de los medios y el uso de ellos en procesos educativos, lo cual implica asumir casos de índole local por su facilidad de acceso y su pertinencia. Lo anterior puede apreciarse en las figuras 13 y 14, respectivamente.

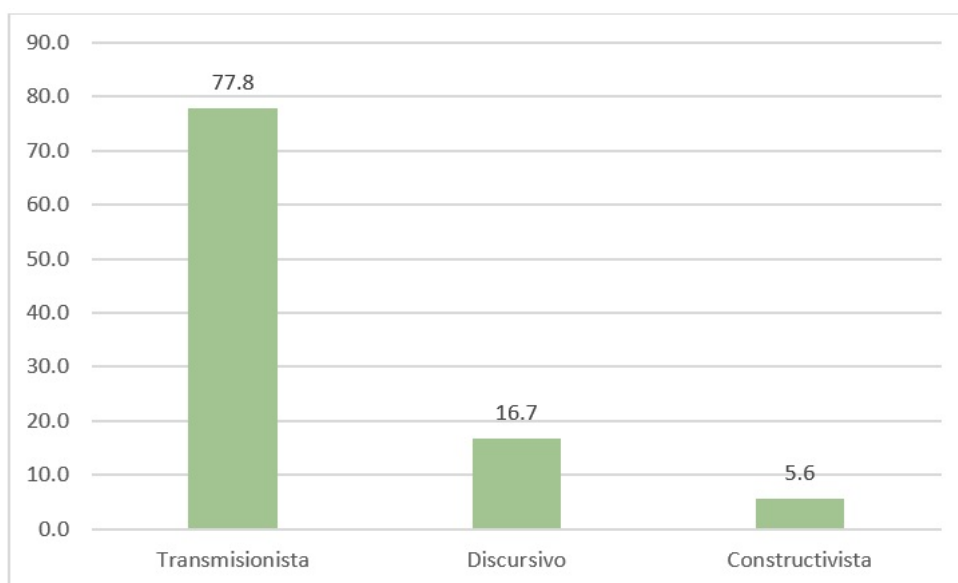


FIGURA 13.  
Paradigma predominante en los trabajos de comunicación y educación  
Fuente: elaboración propia.

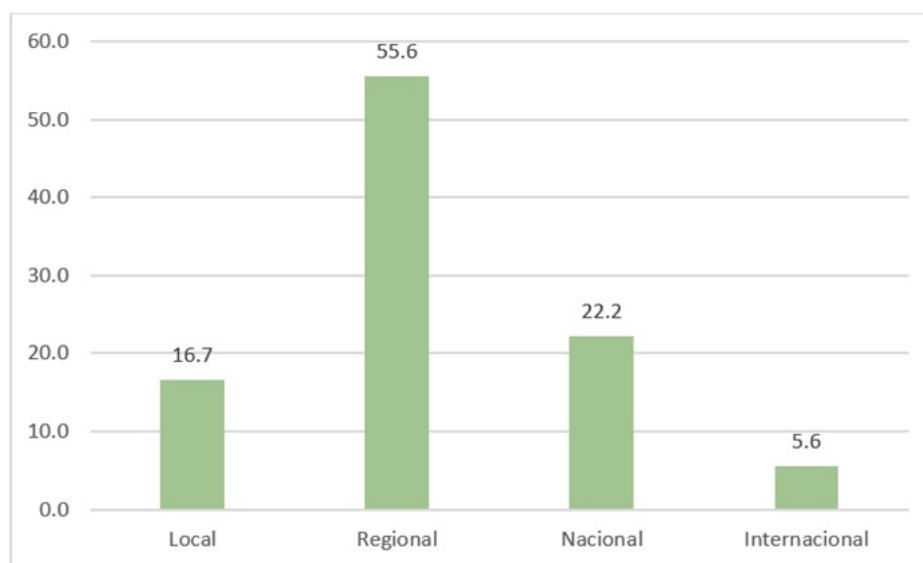


FIGURA 14.  
Alcance predominante en los estudios de comunicación y educación  
Fuente: elaboración propia.

En el ámbito de la comunicación y el periodismo, es significativo encontrar la predominancia del paradigma transmisionista, pero un registro no tan bajo del uso de otros paradigmas, con respecto a lo que se encontró en otras esferas. Así mismo, es significativo que aquí el alcance mayoritario recae en el nacional seguido del regional, como lo muestran las figuras 15 y 16. Esto representa tanto la permanencia de enfoques provenientes de la tradición funcionalista o de la investigación de masas como el uso de otros enfoques como el análisis discursivo o cultural de la prensa y de la información. Así mismo, que el alcance haya sido nacional, preferentemente, indica la tendencia a abordar los medios periodísticos nacionales como objetos de estudio, debido a su importancia social y su carácter de grandes empresas de la información.

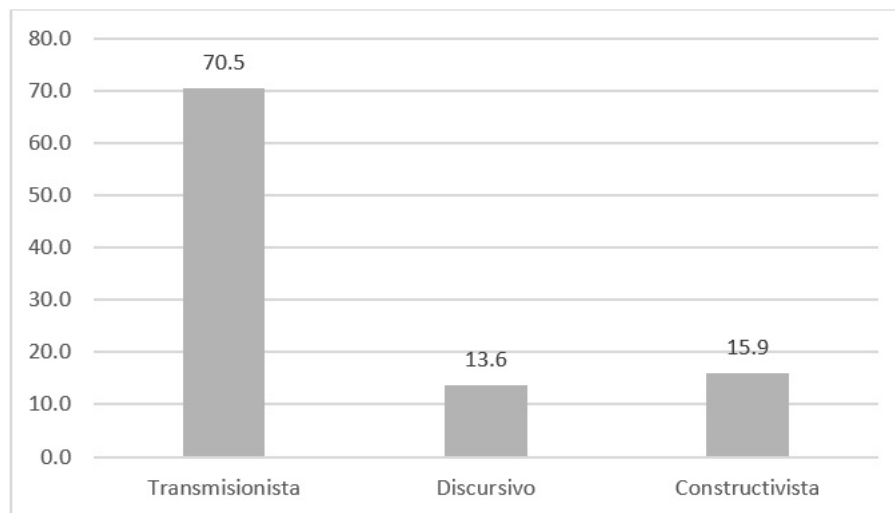


FIGURA 15.  
Paradigma predominante en los trabajos de periodismo  
Fuente: elaboración propia.

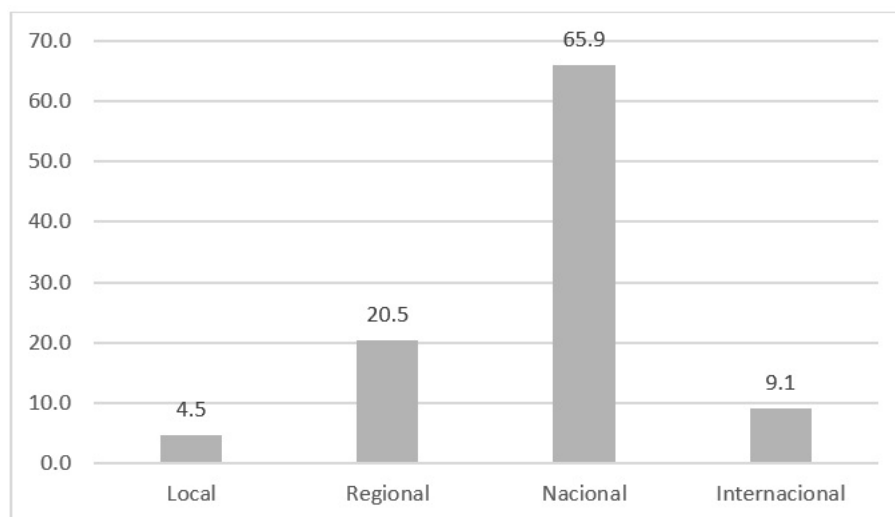


FIGURA 16.  
Alcance predominante en los trabajos de periodismo  
Fuente: elaboración propia.

En lo concerniente al ámbito de la comunicación y las audiencias, se encontró predominancia del paradigma transmisionista; sin embargo, es significativo que sea el ámbito en donde el paradigma discursivo alcance su mayor porcentaje como lo muestra la figura 17. Esto se debe a que se empleó con mayor frecuencia la teoría de los usos y gratificaciones y las metodologías de tipo empírico para el estudio de las audiencias y su posicionamiento frente a los medios, así como se empleó en menor medida, pero no menos significativamente, el paradigma hermenéutico para el estudio de las interpretaciones o lecturas de los medios por parte de las audiencias. Esto se combina con un alcance regional, centrado en el estudio de grupos de audiencias regionales, y un alcance nacional, centrado en el estudio de las audiencias de medios nacionales o de contenido de orden no regional, según se evidencia en la figura 18.

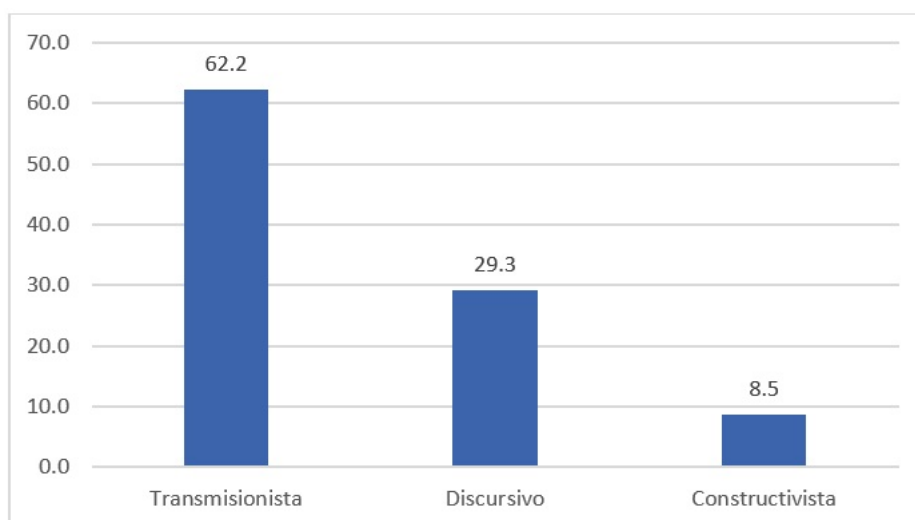


FIGURA 17.  
Paradigma predominante en los trabajos de comunicación y audiencias  
Fuente: elaboración propia.

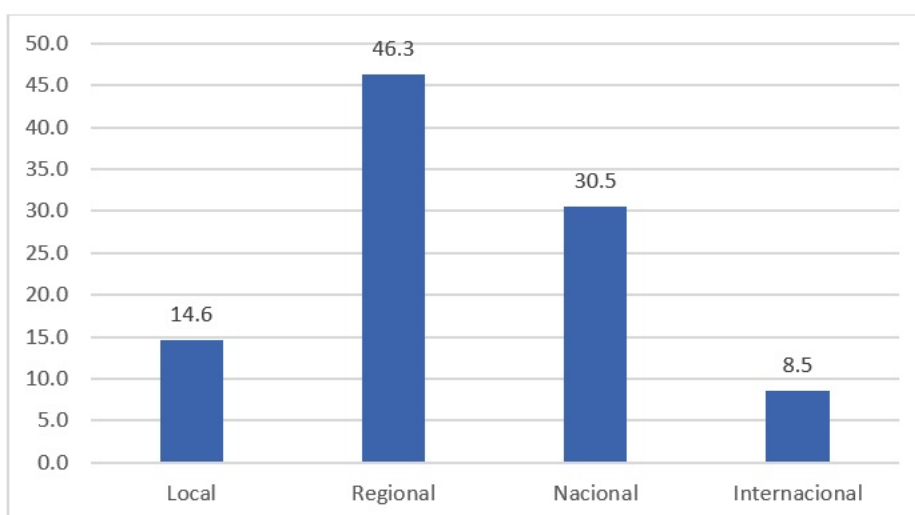


FIGURA 18.  
Alcance predominante en los trabajos de comunicación y audiencias  
Fuente: elaboración propia.

Con respecto al ámbito de la comunicación y la cultura que se muestra en la figura 19, se encontró que fue el único ámbito donde el paradigma transmisionista no prevaleció frente a los otros ámbitos, ya que el discursivo tuvo un porcentaje del 25,7 % y el constructivista del 28,4 %. Estos porcentajes son los más altos de estos paradigmas teóricos en comparación con otros ámbitos y reflejan bien la variedad de enfoques que se usaron al abordar los distintos problemas de la comunicación y la cultura. De acuerdo con esto, viene a ser significativo el uso de un paradigma empírico para el estudio de las relaciones entre comunicación y cultura que se ven reflejadas en la investigación formativa de la región y que obedecen a un enfoque pragmático de este, acentuado en el estudio de las culturas mediáticas y sus textos, así como en los diferentes enfoques de ciudad y de apropiación de medios y lenguaje. En cuanto al alcance, visible en la figura 20, este es predominantemente regional y guarda sentido con el estudio de la cultura del territorio, como se espera de este ámbito.

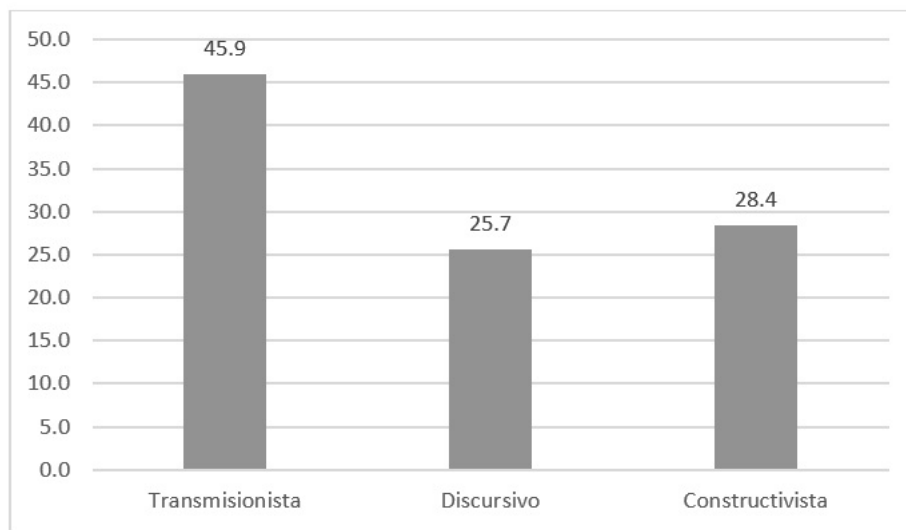


FIGURA 19.  
Paradigma predominante en los trabajos de comunicación y cultura  
Fuente: elaboración propia.

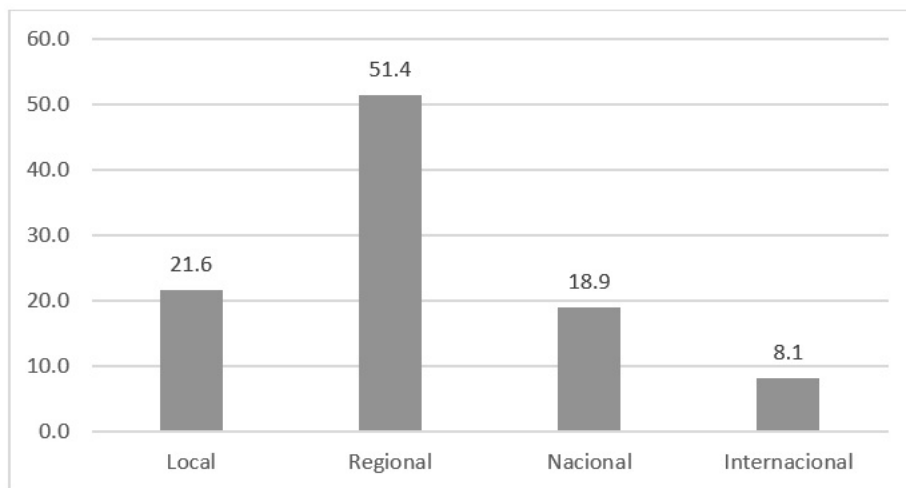


FIGURA 20.  
Alcance predominante en los trabajos de comunicación y cultura  
Fuente: elaboración propia.

El último ámbito analizado fue el de comunicación y publicidad, visible en las figuras 21 y 22, en el cual se encontró una dominancia del paradigma transmisionista y un alcance regional mayoritario al 50 %, con un importante porcentaje para el alcance nacional con un 20 % e internacional con un 20 %, pero, al mismo tiempo, un menor alcance local con el 10 %. Esto significa un estudio de la publicidad desde el texto en el marco de los medios regionales, pero con un creciente interés por los mensajes o contenidos de índole global presentes en contextos de comunicación digital. El predominio del enfoque transmisionista indica el abordaje empírico basado en análisis de contenido de la publicidad y en el enfoque empírico para el estudio de prácticas de producción publicitaria, así como el estudio de los estereotipos presentes en la publicidad.

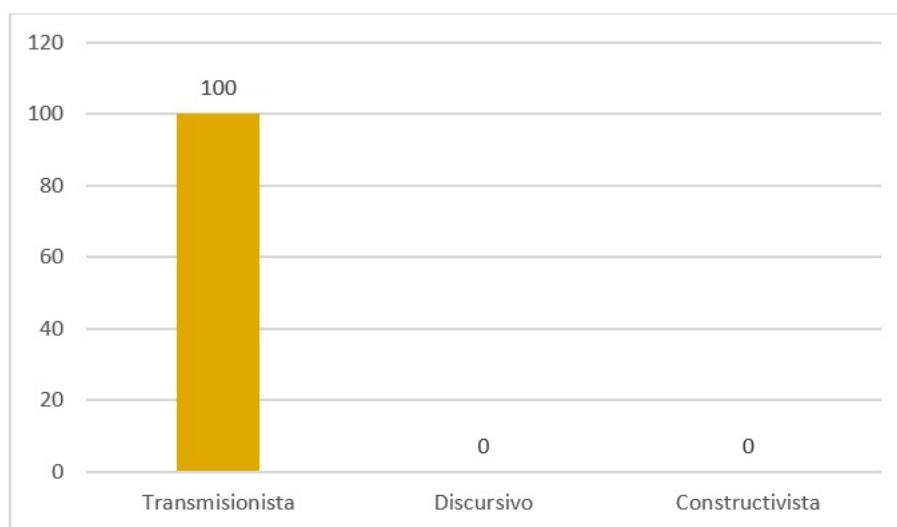


FIGURA 21.  
Paradigma predominante en los trabajos de comunicación y publicidad  
Fuente: elaboración propia.

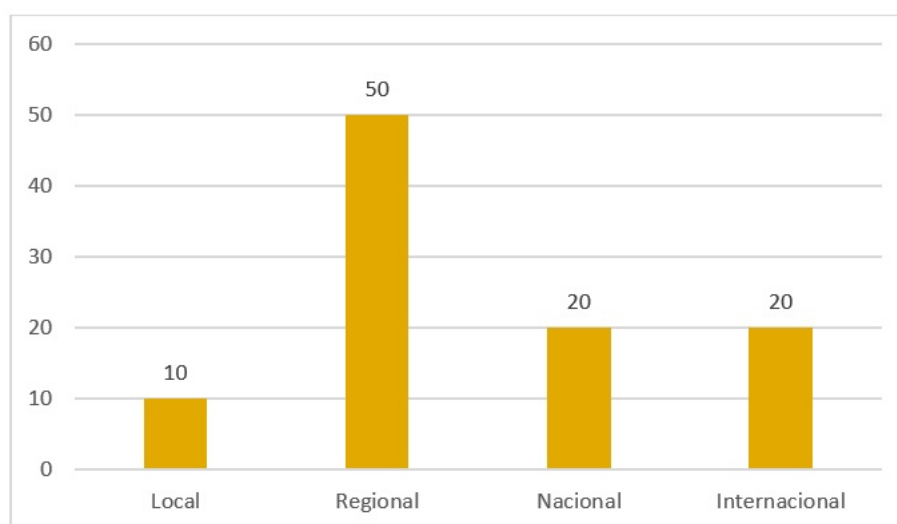


FIGURA 22.  
Alcance predominante en los trabajos de comunicación y publicidad  
Fuente: elaboración propia.

## Conclusiones y discusiones

Después de los análisis realizados, la predominancia del paradigma transmisionista en la investigación formativa demuestra una tendencia en la formación de comunicadores sociales en la región. La comprensión de la comunicación vista como una instancia importante de la estructura social y una creencia aceptada de la capacidad de influencia de los mensajes. A juzgar por esto, la investigación formativa afianza la idea de la comunicación como influencia, lo cual guarda relación con la necesidad de formar un comunicador social con capacidad de actuación y protagonismo.

Esto se comprueba cuando se observa que el ámbito de la comunicación organizacional fue el que más trabajos de investigación formativa agrupó, ya que permite deducir dos cuestiones. En primer lugar, indica que la comunicación organizacional se da desde la efectividad de las acciones comunicacionales dentro de las

organizaciones, buscando el impacto de dichos procesos a partir del actuar de los comunicadores. En segundo lugar, que este ámbito preocupa más que el ámbito de denominación de los programas, que es el periodismo.

Esto indica un desplazamiento de los objetos y de los oficios de la comunicación hacia áreas con mayor empleabilidad o demanda laboral, lo cual jalona los intereses investigativos de los estudiantes. El periodismo se asume como estudio de medios, en la medida que los medios más estudiados son los informativos. En ese sentido, la investigación sobre medios se enfoca en el estudio del mensaje periodístico, lo que demuestra una conexión con el paradigma transmissionista y un vacío significativo en el estudio del periodismo como institución social en programas universitarios que llevan dicha denominación.

Esto es así para la investigación sobre el periodismo tradicional o el que se ejerce en medios tradicionales, pues se comienzan a ver estudios de la práctica periodística en contextos de medios digitales regionales, en donde son más evidentes las preocupaciones por las transformaciones que está sufriendo el oficio.

En cuanto al alcance de las investigaciones, también se comprueba la predominancia del paradigma transmissionista. Se investiga lo regional y local en relación con lo nacional. En esto se puede ver en el ámbito de los estudios de audiencias, ya que las investigaciones se inclinan hacia la comprensión de lo que las audiencias regionales hacen con los contenidos de los medios nacionales, es decir, se estudia el impacto de lo nacional sobre lo local.

Esta tendencia local-nacional se comprueba en casos como el del ámbito del periodismo o los estudios de medios, los cuales se enfocaron en el estudio de lo nacional en comparación con lo local. Esto se puede relacionar con la predominancia del transmissionismo porque, al tener como punto de partida una concepción de la comunicación desde el efecto o la incidencia del medio, se pone el foco en el estudio de medios nacionales que tienen una mayor influencia en la conformación de una opinión pública más generalizada sobre temas de mayor interés público; mientras que el foco en los medios locales no pasa por su incidencia, sino por su valor como medio con trayectoria y tradición en la región.

Ahora bien, la fragmentación de los temas de las investigaciones señala un contrasentido en los siguientes términos. Ante un paradigma dominante como el transmissionista, la variedad temática no obedece a una agenda de investigación diversa, sino a la necesidad de ocuparse de una multitud de objetos desde una misma perspectiva: la de la centralidad del mensaje y la incidencia de la comunicación.

En otras palabras, lo que subyace en el estudio de la investigación formativa es una tendencia a considerar la comunicación desde su capacidad de influencia y es la investigación formativa una manera de comprender cómo lograr y en qué medida determinar que la comunicación genera dicha influencia. Esto opaca otros enfoques comunicativos menos preocupados por la efectividad y más por los procesos y sus imbricaciones.

Al focalizar la comprensión de la comunicación en una perspectiva transmissionista que encasilla la comunicación en la dinámica de los mensajes y sus efectos, amparados en la necesidad de la eficacia del proceso de comunicación, se descuidan aspectos heurísticos de la comunicación que pueden dislocar una conceptualización de la comunicación tan instrumental.

No obstante, lo que también revela el presente estudio es que la predominancia del paradigma transmissionista no es más que una consecuencia de la naturaleza perentoria de la investigación formativa, la cual, más que expandir las fronteras del conocimiento de una disciplina, busca imbuir al estudiante en una posición frente al conocimiento de su campo y de su proceso de formación.

En otras palabras, la investigación formativa desarrollada en los programas de comunicación social y periodismo de la región del Eje Cafetero, más que conectar al estudiante en formación con los problemas propios de su campo, lo hace hacia el conocimiento práctico de su actuar profesional en tanto comunicador que debe ser asertivo y efectivo en su oficio de construir mensajes que impacten e incidan su entorno.

De este modo, lo que este estudio aporta a la comprensión de la formación disciplinar no es tanto el desarrollo de perfiles profesionales, nuevos oficios o de tendencias curriculares actuales, sino una cuestión de mayor impacto, como es la modelación de una forma de entender la comunicación. Esta se fija en los

estudiantes como marco de su actuación profesional y de posicionamiento frente a los problemas del campo que consideren más relevantes.

Así, ya que la investigación formativa es una estrategia de aprendizaje, el estudio abre la comprensión a las consecuencias de las formas de concebir la comunicación que subyacen en las decisiones pedagógicas que estructuran los procesos de investigación. Esto permite entender que lo primero que genera la investigación formativa no es un conocimiento propio del campo disciplinar, por más liminar que sea, sino un tipo de sujeto profesional que actuará en él.

## **Recomendaciones y líneas futuras**

Como se trató de un estudio exploratorio de orden empírico y generalista, respecto del desarrollo de la investigación formativa en el Eje Cafetero, donde es posible reconocer una tradición de institucionalización del campo, es conveniente establecer los límites y alcances de los resultados de acuerdo con los objetivos propuestos.

No se puede correlacionar la predominancia de un paradigma a nivel de investigación formativa con la tendencia del campo en una región. Esto, porque la institucionalidad del campo se define en buena medida por aspectos más amplios como la estructura y los énfasis curriculares o por la tradición de investigación de comunidades académicas evidenciada en la existencia y categorización de grupos de investigación, así como de la amplia producción académica de dichas comunidades.

En ese sentido, el mapa exploratorio de la investigación formativa no representa todo el campo académico que se puede desarrollar en una región. Esto indica la necesidad de contrastar los resultados a nivel de investigación formativa con futuras investigaciones que indaguen por la consolidación del campo desde otros indicadores, como las estructuras curriculares, los énfasis profesionales, la investigación científica propiamente dicha presente en líneas de investigación o la producción de conocimiento científico.

De acuerdo con esto, lo que el estudio exploratorio sobre la investigación formativa puede aportar a la comprensión de cómo un campo de conocimiento se desarrolla o se consolida en una región es la visibilidad de una práctica de aprendizaje que pretende incorporar competencias tanto profesionales como científicas en un sujeto en formación. Estas prácticas de aprendizaje se definen desde los perfiles de egreso, la estructura curricular que fundamenta las opciones de grado dentro de las cuales se incluye la investigación formativa, así como desde la forma en que una comunidad académica docente-investigadora define los protocolos de realización de los trabajos de grado y los sistemas de evaluación de estos.

En ese sentido, la investigación formativa no define todas las tendencias del campo, pero sí es síntoma de lo que en él se hace. En ese orden de ideas, desde lo que revela la investigación formativa en la región del Eje Cafetero se está aprendiendo el campo de la comunicación desde su instrumentalización. Esto significa que, si se forma el comunicador desde la investigación, lo que se aprende tiene que ver con entender la comunicación como flujo e influencia, es decir, desde su concepción de herramienta y con un interés y una conciencia de regional demostrada en el amplio corpus de trabajo que tienen el territorio como referente.

Además, es de anotar que la gran mayoría de estudiantes optan por modalidades de grado diferentes a la investigación, por lo que solo considerar esta opción es un reflejo de que al estudiante le asiste también un interés científico e investigativo, fruto, precisamente, de su trasegar por un currículo que le imprime dichas competencias. En ese sentido, y sin que sea una tendencia, la investigación formativa es un síntoma y una evidencia que demuestra cómo se realiza una práctica de aprendizaje del campo comunicacional.

Según esto, el mapa exploratorio que presenta esta investigación debe ser punto de partida para nuevas investigaciones, por lo menos en dos direcciones: la primera, en la profundización de la comprensión de cómo se realiza la investigación formativa desde los procesos curriculares y científicos, con el propósito de comparar entre universidades las particularidades de dichas prácticas. Y, la segunda, desde el establecimiento de cómo



la investigación formativa aporta a la identificación de tendencias en el campo, al relacionarla con procesos más amplios de institucionalización de la disciplina en la región.

## Referencias

- Ángel, A. (2011). *Modelos para comprender la comunicación*. Editorial Universidad de Manizales.
- Barranquero, A. y Limón, N. (2017). Objetos y métodos dominantes en comunicación para el desarrollo y el cambio social en tesis y proyectos de investigación en España (2007-2013). *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 1-25. <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1151/01es.html>
- Benjamin, K. (2024). Theorizing communication. The production of theory in communication journals. *Annals of the International Communication Association*, 48(4), 266-284. <https://doi.org/10.1080/23808985.2024.2338826>
- Caffarel-Serra, C., Ortega-Mohedano, F. y Gaitán-Moya, J. A. (2017). Investigación en Comunicación en la universidad española en el período 2007-2014. *El Profesional de la Información*, 26(2), 218-227. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.08>
- Carrasco-Campos, A. y Saperas, E. (2013). Las teorías de la comunicación hoy: contexto histórico, cambios tecnológicos y nuevo estatuto epistemológico de la investigación comunicativa. En M. Pacheco, M. Vicente-Mariño y T. González-Hortigüela (eds.), *Investigar la Comunicación hoy. Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas: Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación* (pp. 959-970). Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación, Universidad de Segovia.
- Carrasco-Campos, A. y Saperas, E. (2014a). Debate, confrontación y hegemonía en la disciplina de la comunicación. Nuevos tiempos para un paradigma dominante. *Redes.com. Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, 10, 145-158. <https://doi.org/10.15213/redes.n10.p145>
- Carrasco-Campos, A. y Saperas, E. (2014b). Tendencias internacionales de la investigación en comunicación actual: modalidades de investigación, objetos de estudio y usos de la teoría en los *papers* de *Journal of Communication* (2008-2013). En AE-IC (ed.), *Espacios de comunicación: IV Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación en Comunicación* (pp. 1712-1720). Asociación Española de Investigación de la Comunicación.
- Catt, I. (2014). The two sciences of communication in philosophical context. *The Review of Communication*, 14, 201-228. <https://doi.org/10.1080/15358593.2014.986876>
- Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. *Communication Theory*, 9(2), 119-161. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x>
- Curran, J., Morley, D. y Walkerdine, V. (Coords.). (1998). *Estudios culturales y comunicación: análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Paidós.
- Demeter, M., Pell, V., Mikulás, G. y Goyanes, M. (2022). Higher quantity, higher quality? Current publication trends of the most productive journal authors on the field of communication studies. *Publishing Research Quarterly*, 38(3), 445-464. <https://doi.org/10.1007/s12109-022-09893-2>
- Esquivel-Grados, J., Venegas-Mejía, V. L., Venegas-Mejía, C. P., Gonzáles-Benites, M. T., Bacón-Salazar, N. y Valdivia-Huaranga, H. A. (2023). Formative research: Perceptions of communication science students at a Peruvian university. *Journal of Technology and Science Education*, 13(2), 565-582. <https://doi.org/10.3926/jotse.1758>
- Farfán, A. (2016). La investigación en el programa de Bacteriología y Laboratorio Clínico de la Universidad Industrial de Santander UDES 20 años de historia. *Revista de la Facultad de Ciencias de la Salud*, 3(1), 8-11.
- Fuentes Navarro, R. (1998). *La emergencia de un campo académico*. ITESO, Universidad de Guadalajara.
- Galindo, J. (2005). *Hacia una comunicología posible*. Universidad Autónoma de San Luis de Potosí.
- Giménez-Toledo, E. y Jiménez-Contreras, E. (2013). Black holes of communication scientific communication and meta-research [Los agujeros negros de la comunicación: Comunicación científica y metainvestigación]. *Comunicar*, 21(41), 10-13. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-a2>

- Gómez Vargas, M., Galeano Higueta, C. y Jaramillo Muñoz, D. A. (2015). El estado del arte: una metodología de investigación. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 423-442. <https://www.redalyc.org/pdf/4978/497856275012.pdf>
- Gómez-Escalonilla, G. (2020). La investigación en comunicación en las universidades españolas. *Comunicación y Métodos*, 2(2), 65-79. <https://doi.org/10.35951/v2i2.83>
- González-Samé, H., Romero-Rodríguez, L. M. y Aguaded, I. (2017). La investigación en comunicación en Latinoamérica: una aproximación histórica (1950-2016). *Historia y Comunicación Social*, 22(2), 427-445. <http://doi.org/10.5209/HICS.57853>
- Grandi, R. (1995). *Texto y contexto en los medios de comunicación*. Bosh.
- Hamelink, C. y Nordenstreng, K. (2007). *IAMCR in Retrospect 1957-2007. L'AIERI en retrospective 195--2007*. Maison des Sciences de l'Homme, Paris Nord Université Paris 13. <https://iamcr.org/in-retrospect/preface>
- Hamelink, C. y Nordenstreng, K. (2016). Estudiando la historia a través de la Asociación Internacional para el estudio de la Comunicación Social (IAMCR). *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación social "Disertaciones"*, 9(2), 1-27. <https://revistas.urosario.edu.co/xml/5115/511552709004/index.html>
- Henao, D. M., Ibáñez, D. B. y Pereira, J. M. (2020). Propuestas formativas y tendencias laborales de los programas en comunicación y periodismo de la región central de Colombia. En *Innovación y comunicación: retos docentes para la transferencia del conocimiento* (pp. 111-124). Fragua.
- Hernández, M. (2006). ¿Campos o subcampos? *Comunicación y Sociedad*, 5, 7-9. <https://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/4021/3787>
- Hicks, D. J., Coil, D. A., Stahmer, C. G. y Eisen, J. A. (2019). Network analysis to evaluate the impact of research funding on research community consolidation. *PLoS one*, 14(6), e0218273. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0218273>
- Hodson, D. (2009). *Teaching and learning about science. Language, theories, methods, history, traditions and values*. Sense Publishers.
- Jensen, B. y Neuman, W. (2013). Evolving paradigms of communication research. *International Journal of Communication*, 7, 230-238. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1960/851>
- Jiménez, A. (2002). *El estado del arte en la investigación*. Universidad San Buenaventura.
- Landazábal, D., Pineda, E., Páez, I., Téllez, F. y Ortiz, F. (2010). Estado del arte de conceptos sobre investigación formativa y competencias de investigación. *Revista de Investigaciones UNAD*, 9(2), 137-152. [https://www.researchgate.net/profile/Dignora-Paez/publication/318353485\\_Estado\\_de\\_arte\\_de\\_conceptos\\_sobre\\_investigacion\\_formativa\\_y\\_competencias\\_de\\_investigacion/links/61ae6ad8fb3b7258a0a23abb/Estado-de-arte-de-conceptos-sobre-investigacion-formativa-y-competencias-de-investigacion.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Dignora-Paez/publication/318353485_Estado_de_arte_de_conceptos_sobre_investigacion_formativa_y_competencias_de_investigacion/links/61ae6ad8fb3b7258a0a23abb/Estado-de-arte-de-conceptos-sobre-investigacion-formativa-y-competencias-de-investigacion.pdf)
- Maigret, E. (2006). *Sociología de la comunicación y de los medios*. Fondo de Cultura Económica.
- Maldonado, L. (2007). Visibilidad y formación en investigación. Estrategias para el desarrollo de competencias investigativas. *Revista Studiositas*, 2(2), 43-56. <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/200190>
- Martín-Barbero, J. (2003). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica.
- Martín-Barbero, J. y Silva, A. (Comps.). (1997). *Proyectar la comunicación*. TM Editores.
- Martínez Corona, J. I., Palacios Almón, G. E. y Oliva Garza, D. B. (2023). Guía para la revisión y el análisis documental: propuesta desde el enfoque investigativo. *Revista Ra Ximhai*, 19(1), 67-83. <https://doi.org/10.35197/rx.19.01.2023.03.jm>
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós.
- McQuail, D. (2005). *Mass communication theory*. Sage.
- Molina, N. (2005). Herramientas para investigar. ¿Qué es el estado del arte? *Ciencia y Tecnología para la Salud*, 5, 73-75.
- Moreno Arenas, L. (2020). Estado del arte de la comunicación organizacional en función de la gestión del conocimiento. *Luciérnaga Comunicación*, 12(24), 58-70. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n24a4>

- Moreno, E. (2018). Aproximación sobre el estado del arte de la comunicación y educación en Colombia. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 17(33), 251-274. <https://doi.org/10.22395/angr.v17n33a11>
- Moreno, M. (2005). Potenciar la educación. Un currículo transversal de educación para la investigación. *Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 3(1), 1-22.
- Nordenstreng, K., Björk, U., Beyersdorf, F., Høyer, S. y Lauk, E. (2016). *A History of the International Movement of Journalists: Professionalism Versus Politics*. Palgrave Macmillan. <http://10.1057/9781137530554>
- Núñez, N. (2007). Desarrollo de habilidades para la Investigación. *Revista Iberoamericana de Educación*, 44(6). [https://www.deepdyve.com/lp/unpaywall/desarrollo-de-habilidades-para-la-investigaci-n-dhin-hKUwa-xWP8N?key=dd\\_plugin?utm\\_source=freeShare&utm\\_medium=link&utm\\_campaign=freeShare](https://www.deepdyve.com/lp/unpaywall/desarrollo-de-habilidades-para-la-investigaci-n-dhin-hKUwa-xWP8N?key=dd_plugin?utm_source=freeShare&utm_medium=link&utm_campaign=freeShare)
- Pereira, J y Marín, B. (Eds.). (2018). *Balances y perspectivas de la investigación en comunicación en Colombia. I Encuentro de la Asociación Colombiana de Investigadores en Comunicación*. Editorial Acicom.
- Pereira, J. M. (2005). La comunicación: un campo de conocimiento en construcción Reflexiones sobre la comunicación social en Colombia. *Investigación & Desarrollo*, 13(2), 412-441. <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/investigacion/article/view/1006>
- Pereira, J. M., Covi, D. y Trejo, R. (2018). La investigación en comunicación en Colombia: síntesis (in) acabada de una travesía. En D. Covi y R. Trejo (coords.), *Tejiendo nuestra historia. Investigación de la comunicación en América Latina* (pp. 177-201). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Piedra-Salomón, Y. (2016). *Campo científico de la comunicación: análisis del dominio*. [Tesis doctoral inédita]. Universidad de Granada, España. <http://hdl.handle.net/10481/40972>
- Piñeiro-Naval, V. y Morais, R. (2019). Study of the academic production on communication in Spain and Latin America [Estudio de la producción académica sobre comunicación en España e Hispanoamérica]. *Comunicar*, 61, 113-123. <https://doi.org/10.3916/C61-2019-10>
- Restrepo, J. (2020). Estado del arte de las investigaciones en comunicación. Programa de Comunicación social y periodismo de la Universidad de Manizales (1998-2003). *Escribanía*, 18(2), 71-87. <https://doi.org/10.30554/escribania.v18i2.4018>
- Rosengren, K. E. y Bruhn, K. (1997). Cinco tradiciones en busca del público. En P. Dayon (comp.), *En busca del público: recepción, televisión, medios* (pp. 335-370). Gedisa.
- Salas, C. (2011). Estado del arte de la nueva comunicación estratégica en Colombia e Iberoamérica. *Signo y Pensamiento*, 31(59), 234-346. <http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v30n59/v30n59a16.pdf>
- Saperas-Lapiedra, E. (2016). Cuatro décadas de investigación comunicativa en España. Los procesos de institucionalización y de profesionalización de la investigación (1971-2015). *Disertaciones. Anuario Electrónico de Estudios de Comunicación Social*, 9(2), 27-45. <https://doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016.02>
- Segado-Boj, F., Gómez-García, S. y Díaz-Campo, J. (2022). Intellectual and thematic structure of Communication research in Scopus (1980-2020). A comparative perspective among Spain, Europe, and Latin America. *Profesional de la Información*, 31(1), e310110. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.10>
- Slutskiy, P. (2020). Epistemological and methodological alternatives: Rationalism and praxeology in communication studies. En *Communication and liberalism* (pp. 19-34). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-981-33-6664-0\\_2](https://doi.org/10.1007/978-981-33-6664-0_2)
- Strelow, A. (2011). O estado de arte da pesquisa em jornalismo no Brasil: 2000 a 2010. *Intexto*, 2(25), 67-90. <http://hdl.handle.net/10183/164866>
- Torrico, E. (2004). *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Norma.
- Vélez, A. y Calvo, G. (1992). *Estado del arte Maestría en Educación*. Universidad de La Sabana.
- Vidales, C. (2015). Historia, teoría e investigación en la comunicación. *Comunicación y Sociedad Nueva Época*, 23, 11-43. <https://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n23/n23a2.pdf>
- Vidales, C. (2017). De la comunicación como campo a la comunicación como concepto transdisciplinar: historia, teoría y objetos de conocimiento. *Comunicación y Sociedad*, 30, 45-68. <https://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n30/0188-252X-comso-30-00045.pdf>

- Waldherr, A., Wehden, L.-O., Stoltenberg, D., Miltner, P., Ostner, S. y Pfetsch, B. (2019). Inductive codebook development for content analysis: Combining automated and manual methods. *Forum Qualitative Sozialforschung Forum: Qualitative Social Research*, 20(1), 1-30. <https://doi.org/10.17169/fqs-20.1.3058>
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós.

## Notas

### Origen de esta investigación

El artículo hace parte del proyecto de investigación Estado del Arte de la Investigación en Comunicación en el Eje cafetero, adscrito al grupo de investigación en Comunicación de la Escuela de Comunicación.

- \* Artículo de investigación
- 1 Se destacan las agremiaciones como la Asociación Colombiana de Facultades y Programas de Comunicación (Afacom) y la Asociación Colombiana de Investigadores de la Comunicación (Acicom).
- 2 La región del Eje Cafetero comprende los departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda y algunos municipios ubicados en el norte del Valle del Cauca y el noroccidente del Tolima. Está ubicada en el occidente colombiano, entre los valles del río Magdalena y el río Cauca, y en la estribación occidental de los Andes colombianos. Toma su nombre de la predominancia de la economía y la cultura cafetera propia de esta región y uno de los principales renglones económicos del país. Su población total se estima en unos 2 700 000 habitantes, según datos del DANE.
- 3 Si en la investigación no aparecen trabajos de grado más recientes, es porque la fase de trabajo de campo se desplegó hasta el primer semestre del año 2022.

Licencia Creative Commons CC BY 4.0

*Cómo citar:* Burgos Suárez, J. A. (2025). La investigación en comunicación en el pregrado y sus implicaciones regionales. Estudio sobre la investigación formativa en tres programas universitarios de comunicación y periodismo. *Signo y Pensamiento*, 44. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp44.icpi>